

**IMPLEMENTASI NILAI *ITSAR* MEMBANGUN KONSEP HARGA JUAL**  
**(Studi Kasus Di Pasar Pannampu Makassar)**



**Skripsi**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Oleh:

**AWALIAH AGUSTULIANI**  
**NIM. 10800112093**

**JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN**  
**MAKASSAR**

**2016**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Awaliah agustuliani  
Nim : 10800112093  
Tempat/Tgl. Lahir : Makassar, 10 Agustus 1993  
Jurusan/Prodi : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Alamat : JL. Bitowa 1 No. 30/50 Perumnas Antang  
Judul : Implementasi Nilai *Itsar* Membangun Konsep Harga Jual  
(Studi Kasus di Pasar Pannampu Makassar)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, 22 November 2016

Penyusun

**Awaliah Agustuliani**  
10800112093

### PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul **“Impelementasi Nilai Itsar Membangun Konsep Harga Jual (Studi Kasus di Pasar Pannampu Makassar)”**, yang disusun oleh **Awaliah Agustuliani**, NIM: 10800112093, mahasiswa jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada tanggal 24 November 2016, bertepatan dengan 24 Shafar 1438 H, dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Akuntansi.

Makassar, 24 November 2016

24 Shafar 1438 H

#### DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. H. Abdul Wahab, SE., M.Si

Sekretaris : Dr. Syaharuddin, M.Si

Penguji I : Dr. Muh. Wahyuddin A, SE., M.Si, Ak

Penguji II : Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag

Pembimbing I : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag

Pembimbing II : Jamaluddin M, SE., M.Si

Diketahui Oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Alauddin Makassar,

  
Prof. Dr. H. Ambo Asse., M.Ag.  
NIP. 19581022 198703 1 002

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*“Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh”*

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena dengan berkah dan limpahan rahmat serta hidayahNya, sehingga skripsi yang berjudul **“IMPLEMENTASI NILAI ITSAR MEMBANGUN KONSEP HARGA JUAL (STUDI KASUS DI PASAR PANNAMPU MAKASSAR)”** ini dapat penulis selesaikan.

Peneliti menyadari bahwa walaupun telah berupaya maksimal dengan segenap kemampuan yang dimiliki, namun sebagai manusia yang tidak luput dari segala kekurangan dan keterbatasan, sangat disadari banyaknya kekurangtepatan dalam tulisan ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai rintangan, mulai dari pengumpulan literatur, pengumpulan data sampai pada pengolahan data maupun dalam tahap penulisan. Namun dengan kesabaran dan ketekunan yang dilandasi dengan rasa tanggung jawab selaku mahasiswa dan juga bantuan dari berbagai pihak, baik material maupun moril.

Olehnya itu dalam kesempatan ini izinkanlah penulis mengucapkan Jazakumullahu Khairan katsira kepada yang terhormat:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Rusli Salinri SE dan ibu A. Nikhlani dan seluruh keluarga yang senantiasa mendoakan dengan penuh harapan dan kesabaran serta pengorbanan yang telah diberikan. Mencurahkan seluruh cinta, kasih sayang, cucuran keringat dan air mata, yang hingga kapanpun penulis takkan bisa membalasnya. Semoga keselamatan dunia akhirat semoga selalu untukmu. Semoga Allah selalu menyapamu dengan Cinta-Nya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) di salah satu Universitas Islam di Makassar, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
3. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Serta selaku Pembimbing I, terima kasih atas waktu yang telah diluangkan untuk memberi bimbingan, motivasi, dan diskusi-diskusi dengan peneliti selama proses tugas akhir. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan memudahkan urusannya.
4. Bapak Jamaluddin M., SE., M.Si Ketua Jurusan Akuntansi FEBI UINAM beserta seluruh stafnya. Sekaligus selaku Pembimbing II, terima kasih atas waktu yang telah diluangkan untuk memberi bimbingan, motivasi, dan diskusi-diskusi dengan peneliti selama proses tugas akhir. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan memudahkan urusannya.
5. Seluruh staf pengajar, baik dosen maupun asistennya, staf pegawai di lingkup FEBI Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.



6. Bapak Ketua PD. Pasar Tradisional Pannampu Makassar, Jen Hamid dan segenap staf PD. Pasar Tradisional Pannampu, terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan selama penulis melaksanakan penelitian.
7. Seluruh Para Pedagang di Pasar Pannampu, terimah kasih atas segala bantuan dan keramahan yang telah diberikan selama penulis melakukan penelitian.
8. Saudara-saudaraku, *Akuntansi UINAM* 2012 kebersamaan kita merupakan hal yang terindah dan kan slalu teringat, semoga persahabatan dan perjuangan kita belum sampai disini, serta kekeluargaan yang sudah terjalin dapat terus terjaga, sukses selalu dalam meraih cita-cita dan harapan.
9. Teman-teman Kelas khususnya keluarga Mahasiswa-Mahasiswi Akuntansi 5,6, dan 7 yang sangat saya cintai terimah kasih atas segala waktu dan kenangan selama kuliah berjalan.
10. Teman-Teman Keluarga Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk proses yang telah kita lalui bersama.
11. Teman-teman KKNP suka dan duka telah kita alami bersama tidak akan pernah terlupakan dan seluruh pegawai Bank BRI Makassar atas bimbingan selama proses KKNP berlangsung.
12. Saudara seperjuangan “FunMily” mengenal kalian semua adalah anugrah bagiku, terimah kasih karena selalu ada buat penulis baik suka maupun duka, terimah kasih karena menjadi pundak penulis untuk bersandar, serta teman saya Rahmi Kurnia Ghalib SE, sahabat yang tidak akan pernah kulupakan

jasa-jasanya dalam membantu proses pembuatan skripsi ini. Terimah kasih sudah menjadi guru dan memberikan motivasi bagi penulis.

**13.** Seluruh keluarga, khususnya buat tante “ibu aras” yang tidak pernah berhenti selalu memberikan semangat, mendoakan, serta merangkul penulis saat bersedih. Semoga Allah SWT selalu menyapamu dengan Cinta\_nya. Dan tak terlupakan buat tante niar yang selalu membantu dalam perjalanan menyusun skripsi sampai menyelesaikan studi Strata Satu (S1). Terimah kasih yang sebesar-besarnya, smoga Allah SWT membalas dengan Cinta\_nya.

**14.** Seluruh rekan, sahabat dan handai taulan yang kesemuanya tak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian studi penulis, terutama yang senantiasa memberikan motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini, terima kasih.

Selain itu, penulis juga mengucapkan permohonan maaf yang sedalam-dalamnya jika penulis telah banyak melakukan kesalahan dan kekhilafan, baik dalam bentuk ucapan maupun tingkah laku, semenjak penulis menginjakkan kaki pertama kali di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar hingga selesainya studi penulis. Semua itu adalah murni dari penulis sebagai manusia biasa yang tak pernah luput dari kesalahan dan kekhilafan. Kesempurnaan hanyalah milik Tuhan, oleh karena itu penulis menyadari bahwa skripsi ini tidaklah sempurna. Adanya keterbatasan kemampuan penulis juga semakin menegaskan bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.

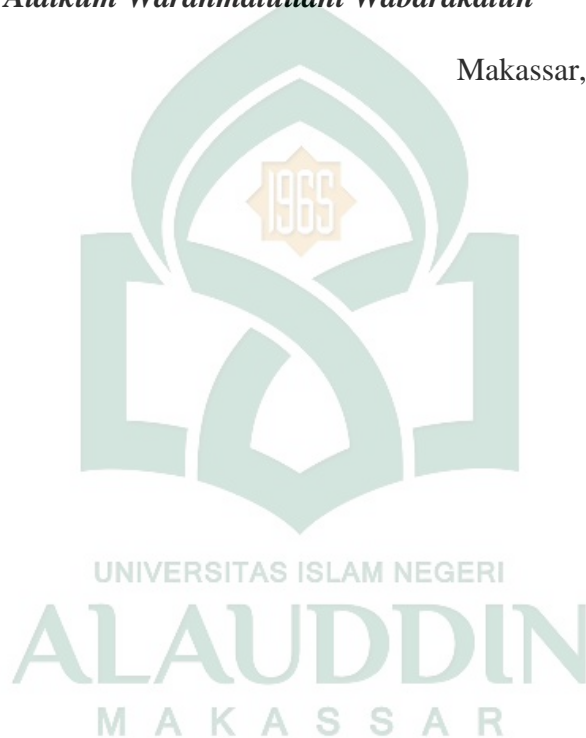
Penulis sangat berharap agar para pembaca yang telah membaca skripsi ini dapat memberikan kritik yang konstruktif, sehingga penulis dapat meningkatkan hasil penulisannya di lain kesempatan, serta dapat memuaskan dan bermanfaat bagi para pembaca. Semoga kesemuanya ini dapat bernilai ibadah di sisi-Nya, Amin!

Sekian dan terimakasih.

*Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Makassar, 22 November 2016

Penulis

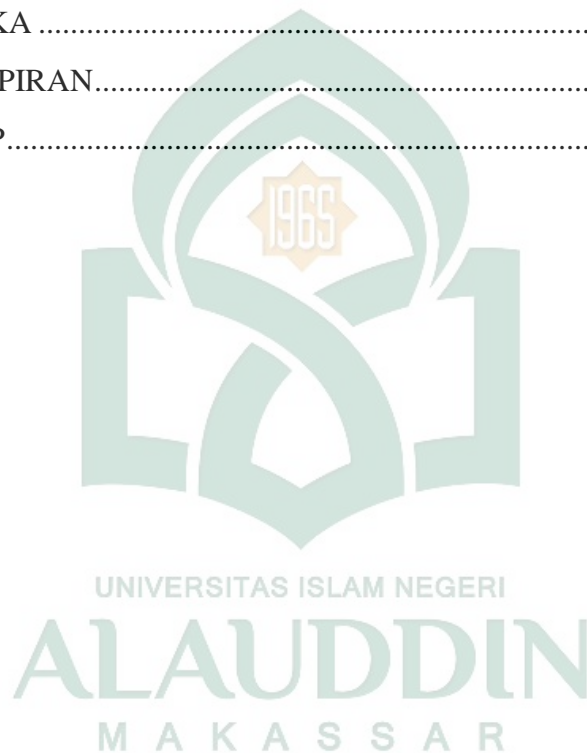




## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1-15
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus .....	10
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Kajian Pustaka.....	12
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	14
BAB II TINJAUAN TEORETIS .....	16-42
A. Altruisme Behavior Theory.....	16
B. Interaksionisme Simbolik Theory .....	21
C. Pandangan Dunia (worldview) Sebagai Landasan Perilaku Manusia...	25
D. Pandangan Hidup Tauhid.....	26
E. Nilai <i>Itsar</i> .....	27
F. Pedagang Pasar Tradisional .....	31
G. Konsep Akuntansi Kontemporer Sarat Nilai Materialistik .....	33
H. Konsep Harga Jual .....	36
I. Kerangka Konseptual.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43-51
A. Jenis dan Lokasi Penelitian .....	43
B. Pendekatan Penelitian .....	44
C. Sumber Data.....	45
D. Metode Pengumpulan Data .....	46
E. Instrumen Penelitian.....	48
F. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data .....	48
G. Pengujian Keabsahan Data.....	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	52-88
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	51
B. Implementasi Nilai Itsar Membangun Konsep Harga Jual .....	56
C. Membangun Konsep Harga Jual dengan Nilai Itsar .....	74
D. Dampak Itsar Membangun Konsep Harga Jual .....	84
BAB V PENUTUP.....	89-93
A. Kesimpulan .....	89
B. Implikasi Penelitian.....	92
C. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	100
RIWAYAT HIDUP.....	113



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 4.1 Jenis Barang dan Jumlah Penjual Tahun 2015.....	54
Tabel 4.2 Jumlah Pedagang Aktif dan Pedagang Tidak Aktif.....	55
Tabel 4.3 Kategorisi Data .....	72



## **ABSTRAK**

NAMA : AWALIAH AGUSTULIANI

NIM : 10800112093

JUDUL : **IMPLEMENTASI NILAI ITSAR PADA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL TERHADAP KONSEP DAN PRAKTIK AKUNTANSI (STUDI KASUS DI PASAR PANNAMPU MAKASSAR)**

---

Skripsi ini memfokuskan pada implementasi nilai itsar pada pedagang pasar tradisional terhadap konsep dan praktik akuntansi di Kecamatan Tallo, Kota Makassar, yaitu melihat fenomena yang terjadi dalam pasar tradisional pannampu dalam penerapan nilai itsar yang bertujuan untuk menemukan konsep harga jual dan dampak dari nilai itsar di pasar pannampu Makassar. Secara teoretis hasil penelitian ini dapat memperkaya konsep harga jual sehingga dapat bermanfaat bagi para praktisi dan akademisi.

Untuk menjawab permasalahan tersebut diatas dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan metode pendekatan fenomenologi. Dalam mengumpulkan data tersebut menggunakan wawancara, studi pustaka, studi dokumentasi, dan *internet searching*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara turun langsung ke lokasi penelitian serta mengkajinya dengan kajian pustaka yang telah ada.

Dalam konteks ini, akuntansi adalah praktik diskursif, ia memengaruhi penggunaannya, dan pada saat yang sama, masyarakat bisnis memiliki kemampuan untuk memengaruhi akuntansi sebagai instrumen bisnis. penelitian ini menemukan bahwa nilai-nilai itsar pedagang pasar tradisional, yakni, nilai persaudaraan, kejujuran, rasa syukur, dan peduli memengaruhi konsep harga jual pedagang pasar tradisional. Konsep harga jual pedagang yang merupakan perpaduan dari nilai-nilai dasar dan nilai-nilai operasional yang menjadi penuntun pedagang dalam menetapkan harga. Hal ini tercermin dalam pemaknaan konsep laba secara nonmaterial, yang bertujuan untuk menghindari konflik.

---

**Kata Kunci:** Nilai Itsar, Konsep Harga jual

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### ***A. Latar Belakang Masalah***

Menurut Ranjabar (2006:3) Konsep harga, pada hakikatnya mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Pokok-pokok gagasan yang terkandung dalam teori harga menerangkan tentang perilaku pasar, konsumen dan produsen. Perilaku konsumen dan produsen yang berintegrasi dalam suatu pasar mengekspresikan harga jual yang berbentuk. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu usaha karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh peternak dari penjualan produknya, maka dapat disimpulkan harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan maupun keinginannya dan umumnya dinyatakan dalam satuan moneter (Rupiah, Dollar, Yen dll). Pernyataan yang senada dikatakan oleh Monroe *et. al* (2001) bahwa dalam penetapan harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Penetapan harga suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang di hasilkan. Penetapan harga telah memiliki fungsi yang sangat luas di dalam program pemasaran. Menetapkan harga berarti bagaimana mempertautkan produk kita dengan aspirasi sasaran pasar, yang berarti pula harus mempelajari kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen.

Beberapa metode penetapan harga jual berbasis biaya yang dapat digunakan menurut Horngren dan Stratton (2002), yaitu metode *cost plus pricing*, penetapan harga *markup* dan *target costing*. Namun, pada praktiknya metode *cost plus pricing* dan penetapan harga *markup* merupakan metode yang telah mendominasi praktik penetapan harga yang digunakan para pelaku ekonomi (Tung, 1995).

Harga didasarkan pada sasaran penjualan dan pertumbuhan pangsa pasar, harga yang rendah adalah sarana bersaing untuk memperoleh pangsa pasar (Pellinen, 2003). Selain metode penetapan harga yang berbasis biaya, terdapat pula metode penetapan harga lainnya, yaitu metode harga rendah (*penetration price*), penggunaan metode ini dapat dijumpai pada produk yang masih dalam tahap pengenalan (Hardesty et al., 2012). Para pelaku ekonomi yang menggunakan metode ini membebankan harga yang sangat rendah untuk membentuk pangsa pasar secara cepat. Tingkat harga yang “menggoda” dijadikan strategi penetapan harga yang digunakan perusahaan untuk memikat pelanggan yang potensial.

Uraian di atas memberikan pemahaman bahwa pertimbangan utama yang mendasari metode-metode harga jual konvensional saat ini pada umumnya berorientasi pada pencapaian laba yang maksimal (*profit maximization*) dan penguasaan pangsa pasar. Hal ini sejalan Kasmir (2003:136) yang menyatakan bahwa penentuan harga berfungsi sebagai sarana untuk memenangkan persaingan dan untuk memaksimalkan laba.

Konsep harga jual konvensional dianggap sebagai ilmu pengetahuan dan praktik yang bebas nilai (*value free*), sehingga penetapan harga jual konvensional



hanya berorientasi pada profit semata. Orientasi hanya kepada profit mengakibatkan diabaikannya nilai-nilai kebaikan yang dijadikan pedoman dalam melaksanakan aktivitas penjualan. Pada kenyataannya, menurut Karim (2003) konsep harga jual bukanlah merupakan suatu bentuk ilmu pengetahuan dan praktik yang bebas nilai (*value free*), tetapi sebaliknya merupakan pengetahuan dan praktik yang sarat dengan nilai dan terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Triyuwono (2006), tidak ada satupun ilmu pengetahuan yang objektif dan bebas nilai sepanjang dalam proses konstruksinya manusia masih terlibat di dalamnya.

Menurut Daito (2011:1) dan Triyuwono (2006), bila informasi yang dihasilkan atas dasar egoistis dan materialistis (uang) maka pada sisi yang lain, para pengguna informasi tersebut akan mengambil keputusan berdasarkan egoistis dan materialistis pula. Profit merupakan konsep dan nilai utama dalam akuntansi modern seperti yang dikemukakan oleh Triyuwono (2006b), yang menyatakan bahwa jiwa akuntansi modern melekat dalam “rumah besar” kapitalisme yang berorientasi pada maksimisasi profit. Akuntansi modern yang egoistik dan materialistik menyatu dalam perekat utilitarianisme. Hal ini, menunjukkan bahwa sebenarnya konsep harga konvensional yang merupakan bagian dari akuntansi yang telah dibangun saat ini, tidak terlepas dari budaya kapitalisme.

Peristiwa dalam kehidupan sehari-hari yang memengaruhi penyusunan konsep akuntansi (ilmu akuntansi) sebagai instrument bisnis. Dalam perilaku masyarakat pasti memiliki basis nilai yang digunakan sebagai landasan hidup orang-orang yang

menerapkan. Dalam hal ini bagaimana basis nilai itsar yang dipahami oleh pedagang di pasar tradisional yang memengaruhi konsep harga jual..

Berbagai fakta yang marak terjadi akhir-akhir ini, sering ditemukan adanya formalin, boraks, pewarna Rhodamin-B, dan penggunaan pemanis buatan yang melebihi batas pada makanan yang dijual. Bahkan ditemukan juga 586 item produk pangan ilegal, kadaluarsa, dan rusak di daerah Pekanbaru, Pontianak, Banda Aceh, Batam, Makassar, Jayapura, Ambon, Palangkaraya, Banjarmasin, Manado, Yogyakarta dan Kendari (<http://nasional.kompas.com>). Untuk memaksimalkan laba, para penjual dapat melakukan perilaku-perilaku yang tidak etis yang berdampak buruk kepada konsumen.

Pengadopsian paradigma laba yang maksimal mengindikasikan bahwa etika yang digunakan merupakan etika utilitarianisme (*utilitarianism*). Dalam pemahaman aliran etika ini, satu-satunya ukuran etika yang berlaku adalah seberapa besar utilitas yang dapat dihasilkan dari suatu aktivitas, dimana ukurannya adalah hasil dan bukan proses (Triyuwono, 2006:76). Akibatnya, hal ini akan berdampak pada perilaku manusia yang cenderung utilitarian, yaitu munculnya perilaku opportunist yang mencari kesempatan untuk mendapatkan utilitas sebesar-besarnya tanpa memperdulikan etika yang sebenarnya.

Kegiatan dalam perdagangan menjadikan uang sebagai alat ukur dalam menentukan harga jual yang pantas. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli. Konsumen harus membayar sejumlah harga agar dapat memperoleh barang atau jasa yang diinginkan. Sehingga untuk menetapkan harga jual yang tepat

merupakan kunci sukses bagi para pemilik bisnis. Dalam menentukan harga jual, perusahaan harus jelas dalam menentukan tujuan yang hendak dicapainya, karena tujuan tersebut dapat memberikan arah dan keselarasan pada kebijakan yang diambil.

Dariati (2012:3) menyatakan bahwa, suatu transaksi perdagangan atau jual beli, Islam mengajarkan bahwa keuntungan yang diambil pedagang harus jelas dan tidak merugikan pembeli. Mencari keuntungan dalam bisnis pada prinsipnya merupakan suatu perkara yang jaiz (boleh) dan dibenarkan syara'. Dalam Al-Quran dan hadist tidak ditemukan berapa persen keuntungan atau laba yang diperbolehkan. Gagasan-gagasan yang muncul di balik konsep harga jual sangat penting untuk dikaji, sehingga dapat dijadikan dasar untuk membangun dan mengembangkan akuntansi yang lebih baik. Akuntansi harus dapat menumbuhkan sifat altruisme atau disebut dengan *itsar* agar dapat menciptakan kedamaian dalam realitas kehidupan bisnis.

Menurut Baston (2002) dalam (Carr, 2004), altruisme (*Itsar*) adalah respon yang menimbulkan *positive feeling*, seperti empati. Seseorang yang altruis memiliki motivasi altruistik, keinginan untuk selalu menolong orang lain. Motivasi altruistik tersebut muncul karena ada alasan internal di dalam dirinya yang menimbulkan *positive feeling* sehingga dapat memunculkan tindakan untuk menolong orang lain. Dengan kata lain tindakan *itsar* dalam bentuk perilaku kedermawanan, adalah cermin dari kualitas pribadi yang matang secara emosi, religious dan sosial. Namun, suatu tindakan altruistik jika dicermati dari perilaku kaum Anshar, tidak berhenti pada perbuatan menolong, berbagi atau murah hati, tetapi berlanjut ke arah tingkah laku produktif. Dengan demikian dapat menghindari tumbuhnya mental ketergantungan.

Altruisme dapat dibedakan dengan perasaan loyalitas dan kewajiban. Altruisme memusatkan perhatian pada motivasi untuk membantu orang lain dan keinginan untuk melakukan kebaikan tanpa memperhatikan ganjaran, sementara kewajiban memusatkan perhatian pada tuntutan moral dari individu tertentu, seperti Tuhan, raja, organisasi khusus, seperti pemerintah, atau konsep abstrak, seperti patriotisme, dsb. Beberapa orang dapat merasakan altruisme sekaligus kewajiban, sementara yang lainnya tidak. Altruisme murni memberi tanpa memperhatikan ganjaran atau keuntungan. Kepribadian *itsar* (altruis) memiliki akar dan landasan yang kuat dalam Islam. *Itsar* selain mengandung keutamaan secara psikologis, dan sosial, juga memiliki keutamaan spiritual. Altruisme (*Itsar*) menjadi salah satu indikasi kesempurnaan iman dan amal (kewajiban) bagi seseorang muslim terdapat pada Q.S Ali Imran/3:92.

Dalam Al Quran Allah SWT menyatakan dengan tegas bahwa :

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ ۚ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

Terjemahnya:

Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan seahagian harta yang kamu cintai. dan apa saja yang kamu nafkahkan Maka Sesungguhnya Allah mengetahuinya. (Q.S. Al-Imran:92).

Ayat di atas menjelaskan bahwa sisihkanlah sedikit harta mu untuk orang lain yang lebih membutuhkannya karena segala amal baik sesungguhnya Allah maha mengetahui. Seperti halnya contoh bentuk perdagangan yang dilakukan Rasulullah SAW beliau menerapkan prinsip-prinsip yang menarik untuk pedagang dengan mencintai para pembeli seperti mencintai dirinya sendiri sehingga selalu melayani mereka dengan sepenuh hati. Selain itu, Rasulullah SAW juga bersikap jujur dalam mengambil keuntungan.

Kemudian pentingnya dalam altruism (*Itsar*) membantu orang lain didasari oleh keinginan dan hati yang tulus ditegaskan pada penggalan ayat yang terdapat pada Q.S. Al-Maidah/5:2.

.... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ

Terjemahnya:

...”Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”(Q.S. Al-Maidah:2).

Penggalan ayat diatas menjelaskan bahwa dalam membantu orang lain dengan hati nurani tanpa adanya pengaruh orang lain murni dari hati yang tulus. Oleh karena itu, kelebihan *itsar* dalam berdagang adalah membentuk kepercayaan pada pembeli sehingga menimbulkan keuntungan dalam jangka panjang. Namun, patut diduga bahwa perilaku *Itsar*, belakangan ini seakan ‘luntur’ secara perlahan seiring dengan

perubahan masyarakat yang menjadi makin individualis, pragmatis dan bahkan permisif. Manusia cenderung mengejar kenikmatan dan kesenangan hidup. Selain itu, di dalam berdagang intensitas interaksi masyarakat di pasar tradisional juga menurun. Beberapa kecurangan dalam transaksi perdagangan terjadi dalam pasar. Hal inilah yang menyebabkan mengapa nilai *Itsar* dalam berdagang perlu, yang dijadikan sebagai landasan hidup untuk para pedagang yang sangat jarang diketahui dan ditemukan oleh masyarakat. Sederhananya, mustahil masyarakat mengetahui tentang nilai tersebut apabila tidak ada interaksi antara keduanya.

Manusia memiliki subjektivitas yang secara sadar atau tidak akan mempengaruhi proses konstruksi ilmu pengetahuan. Jika subjektivitas manusia menyatu dalam proses, maka dengan sendirinya suatu ilmu pengetahuan akan sarat dengan nilai-nilai humanisme (Triyuwono, 2006:105). Ini berarti, bahwa akuntansi sebenarnya dapat dipengaruhi oleh nilai agamis masyarakat di mana ia dipraktikkan. Dengan demikian, metode-metode penetapan harga yang telah dikenal selama ini bukanlah merupakan sesuatu yang mutlak.

Penemuan konsep secara empiris dengan menjadikan nilai *itsar* sebagai fokus pada penemuan konsep harga jual alternatif dari konsep harga jual yang ada saat ini. Penelitian ini berupaya untuk mengangkat nilai *itsar* yang selama ini belum terungkap. Nilai *Itsar* pada kenyataannya seringkali diabaikan, terlupakan, dan dianggap tidak ada relevansinya dengan kehidupan di zaman modern saat ini.

Upaya pencarian nilai *Itsar* tersebut difokuskan pada pasar pannaampu sebagai objek penelitian yang berada di kota Makassar yang hingga saat ini masih beberapa



pedagang memegang teguh dan menjadikan nilai-nilai tersebut sebagai tradisi secara turun-temurun dalam melakukan aktivitas penjualan. Terkait dengan itu, pasar pannampu tidak semata-mata menampilkan aktivitas ekonominya, tetapi dibalik aktivitas ekonomi tersebut tersirat suatu kekuatan aspek sosial dan budaya yang belum terungkapkan. Penelitian ini hadir dan dimaksudkan untuk mengungkapkan bahwa di dalam harga terdapat nilai *itsar* yang turut berperan dan menjadi unsur-unsur penting dalam penentuannya dalam penetapan harga yang diimplementasikan oleh pasar pannampu yang memberikan kontribusi terhadap harmonisasi akuntansi khususnya pada konsep harga jual produk sebagai suatu perkembangan penelitian harga.

Pasar Pannampu di kota Makassar merupakan salah satu pasar tradisional yang menjalankan nilai *Itsar*, namun dalam observasi pertama yang dilakukan peneliti hanya beberapa pedagang yang menerapkan nilai *Itsar* dalam proses jual beli yang dilakukan sehari-hari. Sama halnya proses dalam praktik akuntansi, tetapi dalam kerja sama proses kegiatan jual beli yang dilakukan oleh para pedagang pannampu menunjukkan bahwa adanya etos kerja para pedagang dalam menjalankan perannya sebagai pedagang yang mempunyai strategi masing-masing dalam menarik minat pembeli, contohnya pedagang sayur yang melayani pembeli dari suku dengan menggunakan bahasa bugis meskipun pedagang tidak berasal dari suku yang sama tetapi sebisa mungkin pedagang menjalankan fungsinya demi mendapatkan pelanggan, sehingga menimbulkan keakraban antara pembeli dan penjual serta rasa nyaman yang didapatkan pembeli. Wujud dari komitmen masyarakat dalam

menerapkan nilai *Itsar* dalam berdagang mewujudkan kesejahteraan, kejujuran, dan perdamaian salah satunya dengan ***“Implementasi Nilai Itsar Membangun Konsep Harga Jual”***.

### ***B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus***

Fokus penelitian ini adalah pengimplementasian nilai *itsar* pada pengelolaan pasar pannampu yang membangun konsep harga jual dengan melihat unsur. Berdasarkan konsep harga jual konvensional. Selama ini hanya dimaksudkan untuk mewujudkan pengkayaan materi dengan kekeringan nilai-nilai kebersamaan, kasih sayang dan spiritualitas yang menjadi hakikat hidup manusia. Konsep-konsep pembentuk harga yang selama ini marak diimplementasikan pada kompetisi harga yang bertujuan untuk meraih keuntungan materi semata.

Dipilihnya pasar Pannampu karena pasar pannampu merupakan salah satu pasar yang terus mengalami peningkatan terbukti berbagai ragam pedagang, penjual yang sekedar menggelar tikar atau bakul sebagai area dan media dagangan mereka. Pasar pannampu berdirinya di tahun 1980 bersama jenis pedagang yang sudah sulit ditemui di Makassar dimana mereka menjinjing (Pikulan) dagangan mereka. Pada masa awal pembukaan pasar hingga tahun 1986, lingkungan pasar dengan kondisi sampah yang berserahkan menjadi bagian dari kehidupan warga area pannampu. Kondisi itu bertambah parah ketika musim hujan tiba. Air hujan yang bercampur sampah menghantar bau tengik ke dalam pasar. Para pendatang berdatangan hingga memenuhi 200an rumah di kompleks perumahan itu. Di belakang kompleks, terhampar Danau Pannampu yang luas dan dalam. Pasar pannampu mulai marak pada

tahun 1992 sampai sekarang di masa orde baru pemerintah kota kembali dengan ketetapan yang baru. Lingkungan pasar Pannampu bersih, tertib, dan damai. Menjadikan pasar Pannampu sebagai tempat para pedagang melakukan transaksi jual beli yang jauh lebih baik dari sebelumnya.

Penelitian ini hadir untuk mengungkapkan fenomena akuntansi kemasyarakatan, khususnya dalam penetapan harga jual yang dianut oleh pasar pannampu di Makassar. Model penetapan harga jual yang dianut pasar panampu pada akhirnya dapat memberikan kontribusi terhadap harmonisasi akuntansi khususnya pada konsep penetapan harga jual. Penelitian ini melihat akuntansi secara luas yang memandang akuntansi sebagai suatu ilmu pengetahuan dalam hubungannya dengan perilaku manusia dan faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi praktik akuntansi. Dengan demikian dapat mengangkat multi temuan nilai-nilai yang dianut sebagai pola pikir yang dimiliki oleh pedagang pasar pannampu di Makassar dalam menetapkan harga jual.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini difokuskan pada rumusan masalah berikut :

1. Bagaimanakah membangun konsep harga jual nilai *Itsar* di Pasar Pannampu ?
2. Bagaimanakah dampak nilai *Itsar* membangun konsep harga jual untuk pedagang pasar tradisional?

#### ***D. Kajian Pustaka***

Penelitian sebelumnya mengenai bagaimana suatu fenomena terjadi pada konsep harga jual. Adapun, perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah mengenai konsep yang digunakan dalam pedagang pasar tradisional tidak hanya itu, perbedaan lainnya adalah lokasi dan waktu penelitian. Penelitian ini berupaya untuk mengangkat nilai *Itsar* yang selama ini belum terungkap. Berikut beberapa penelitian sebelumnya yang mempunyai korelasi pada penelitian ini:

**Tabel 1.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>No.</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1.	Wiyarni, Iwan Triyuwono, Unti Ludigdo, dan Ali Djamhuri (2013)	Living In Harmony: Financial Reporting Objective Of Javanese Traditional Market Traders	Pedagang pasar tradisional tidak menghitung atau merekam dan melaporkan pendapatan mereka. Bisnis yang baik secara ekonomi hukum dan norma-norma moral, dan ada nilai-nilai tertentu yang mendorong mereka untuk berdagang. pasar tradisional juga menawarkan peluang bisnis dan pekerjaan. Ini adalah positif sisi yang tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai sosial, budaya, dan ekonomi potensial, yang membuat pasar tradisional mencakup konsep akuntansi mampu eksis di era modernisasi.
2.	Rif'atul Mahmudah, Nurul Herawati, dan	Keuangan Usaha Mikro Dan Kecil Pada Pedagang Pasar Tradisional : Potret	Pedagang pasar tradisional sebagai <i>owner</i> (Pemilik Usaha) dalam melakukan pencatatan akuntansi mereka yang sudah

	Achdiar Redy Setiawan (2011)	Dan Pemaknaannya	<p>jelas memiliki perbedaan praktik akuntansi konvensional. Terdapat dua bentuk pencatatan keuangan yakni pencatatan tertulis yang berbentuk fisik dan selanjutnya adalah hubungan antar sesama manusia (Hablum Minannaas) berupa nilai persaudaraan yang menyiratkan aspek modal sosial. merupakan esensi dari pencatatan akuntansi tak kasatmata. Perjalanan menapaki tangga penuh kesyukuran dan nilai persaudaraan yang tidak akan hilang, justru mengaburkan hasrat untuk menuangkan setiap jenis transaksi berkaitan dengan pemasok ataupun pelanggan pada sebuah pencatatan akuntansi.</p>
3.	Alimuddin (2009)	Merangkai Konsep Harga Jual Berbasis Nilai Keadilan Dalam Islam	<p>konsep harga jual berbasis nilai keadilan di dalam Islam adalah cost-plus basic needs, yaitu konsep harga jual yang menyeimbangkan antara kebutuhan dunia (profan) dengan kebutuhan akhirat, antara kebutuhan diri sendiri dan kemampuan pembeli, antara kebutuhan diri sendiri dengan masyarakat sekitarnya, dan antara kebutuhan diri sendiri dengan lingkungan sekitarnya. Konsep ini akan menciptakan hidup tawaddhu, kehidupan yang harmonis dengan lingkungannya, dan</p>

			meningkatkan kehidupan yang lebih bermartabat.
--	--	--	--

*Sumber: Data Olahan Peneliti*

## ***E. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian***

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini, untuk mengetahui implementasi dari nilai *Itsar* pada pedagang pasar tradisional dalam membangun konsep harga jual.

### **2. Kegunaan Penelitian**

#### **a. Kegunaan teoritis**

Menghadirkan konsep harga jual yang terlahir dari budaya yaitu nilai agamis, yaitu nilai *Itsar* di pasar pannampu makassar. Konsep harga jual yang mengimplementasikan nilai *itsar* merupakan konsep harga jual yang mengedepankan aspek-aspek perdamaian. Selain itu, diharapkan dari penelitian tersebut dapat memberikan gambaran terkait teori altruism yang dikembangkan oleh Santrock (2003), adalah minat yang tidak mementingkan diri sendiri untuk menolong orang lain. Dan altruism secara umum adalah sejenis tindakan sukarela yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang untuk menolong orang lain dan tidak mengharap imbalan apapun.

#### **b. Kegunaan Praktis**

##### **1) Bagi Pembaca**

Peneliti mengharapkan para pembaca untuk mengetahui bagaimana pedagang pasar tradisional membangun konsep harga jual dengan melihat nilai *Itsar*, sehingga



ilmu pengetahuan tidak lagi dipandang sebagai sesuatu yang kering dari nilai-nilai kemanusiaan.

## 2) Bagi Pemegang Kendali Pasar

Dalam penelitian tersebut diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dari aspek nilai dengan menghidupkan pasar tradisional, sehingga dalam proses tersebut tidak lagi melihat pasar sebagai arena pemenuhan kebutuhan fisik.



## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS

#### *A. Altruisme Behavior Theory*

*Grand theory* yang mendasari penelitian ini adalah *Altruisme Behavior Theory*. Konsep ini memiliki sejarah panjang dalam filosofis dan etika berpikir. Istilah ini awalnya diciptakan oleh pendiri sosiologi dan filsuf ilmu pengetahuan, *Auguste Comte*, dan telah menjadi topik utama bagi psikolog (terutama peneliti psikologi evolusioner), biologi evolusioner, dan etolog. Sementara ide-ide tentang altruisme dari satu bidang dapat memberikan dampak pada bidang lain, metode yang berbeda dan fokus bidang-bidang ini menghasilkan perspektif pada *altruism*.

Altruisme mengacu kepada seseorang yang memberikan sesuatu tapi keuntungan tidak kembali dari penerima atau tindakan altruistiknya. Meskipun asumsi pertama dari dasar ini. Altruis yang membutuhkan seseorang untuk membalas tindakan (axelord, 1984). Timbal balik mengacu pada sesuatu yang penerima akan lakukan, untuk memuji perilaku individu yang melakukan altruistik itu, misalnya menjadi tindakan lain altruism. Menurut Kail dan Cavanaugh (2000), menjelaskan pengertian dari altruism merupakan perilaku yang dikendalikan oleh perasaan bertanggung jawab terhadap orang lain, misalnya menolong dan berbagi. Motif altruism adalah implementasi nilai tanggung jawab dalam praktek kehidupan sehari-hari yang diekspresikan dalam bentuk perilaku peduli, menolong dan berbagi kepada orang yang tidak dikenal sekalipun.

Untuk mengukur seseorang tersebut dikatakan bersikap altruistik (Emile Durkheim:1964, 150-167) digunakan indikator sebagai berikut:

- a. Menolong sesama tanpa pamrih
- b. Tidak egois
- c. Bersedia berkorban
- d. Peka dan siap bertindak demi membantu sesama yang kesusahan
- e. Menpunyai rasa belas kasihan
- f. Murah hati
- g. Tidak tegaan
- h. Penuh kasih sayang
- i. Empati

Dalam hal ini pedagang pasar antar pembeli, pedagang antar pedagang, dan pedagang antar pemasok. Teori ini mengasumsikan bahwa adanya hubungan kuat dan tanggung jawab yang besar terhadap pembeli, pedagang, maupun pemasok. Tanggung jawab menggambarkan manusia pada hakekatnya dapat dipercaya, mampu bertindak dengan memiliki integritas dan penuh kejujuran.

Altruisme termasuk sebuah dorongan untuk berkorban demi sebuah nilai yang tinggi, tanpa memandang apakah nilai tersebut bersifat manusiawi atau kebutuhan. Kehendak yang dilakukan oleh seorang altruis berfokus pada motivasi untuk menolong sesama atau niat melakukan sesuatu untuk orang lain tanpa pamrih. Terdapat tiga makna yang dapat mewakili dari kata altruisme, yaitu:

- a. *Loving others as oneself*, Mencintai orang lain seperti diri sendiri
- b. *Behavior that promotes the survival chances of others at a cost to oneself*, Tingkah laku itu mempromosikan mempertahankan kehidupan harapan orang lain berharga untuk diri sendiri
- c. *Self-sacrifice for the benefit of others*, Pengorbanan diri untuk kebaikan orang lain (Sutomo:75)

Titik tekan pada ketiga makna altruisme di atas adalah suatu kecenderungan tingkah laku sebagai guna untuk mendapatkan kesenangan bagi sesama di luar diri si pelaku (Durkheim, 1973 : 151).

Faktor-faktor Altruisme, menurut Faturocman (2006: 75-76) bahwa perilaku menolong itu dipicu oleh faktor-faktor:

1. Situasi Sosial besar kecilnya kelompok. Ada korelasi negative antara pemberian pertolongan dengan jumlah pemerhati. Makin banyak orang melihat suatu kejadian yang memerlukan pertolongan makin kecil munculnya dorongan untuk menolong. Dalam kondisi seperti ini tidak akan muncul bila kelompok yang mengamati memiliki kohesivitas yang tinggi. Dengan kata lain, orang-orang yang ada disekitar kejadian merupakan suatu kelompok yang satu dengan yang lainnya sudah saling mengenal.
2. Biaya Menolong dengan keputusan pertolongan berarti sesuatu yang tertentu yang dikeluarkan untuk menolong. Pengeluaran untuk menolong bisa berupa materi (biaya, barang), tetapi yang lebih sering adalah

pengeluaran psikologis (memberi perhatian, ikut sedih dan lainnya). Apabila secara sepiantas korban dianggap menanggung pengeluaran itu, maka akan muncul pertolongan lebih cepat. Sebaliknya, bila calon penolong menganggap kemampuan korban menanggung biaya tidak besar, maka menghambat muncul pertolongan sesegera mungkin.

3. Norma hampir disemua golongan masyarakat ada norma bahwa memberi pertolongan kepada orang yang membutuhkan adalah suatu keharusan. Gejala ini disebut norma tanggung jawab social (*norm of social responsibility*). Meskipun ada norma semacam itu, tidak berarti setiap orang suka membantu orang lain.

Menurut Sarlito (2009:123) bahwa perilaku menolong itu dipicu oleh faktor dari luar atau dari dalam diri sendiri:

1. Suasana Hati

Jika suasana hati sedang enak orang akan terdorong untuk memberikan pertolongan lebih banyak. Menolong orang lain akan lebih disukai asalkan ganjarannya jelas.

2. Empati

Menolong orang lain membuat kita merasa enak, tapi bisakah kita menolong orang lain tanpa dilatarbelakangi motivasi yang mementingkan diri sendiri (*Selfish*).

3. Meyakini Keadilan Dunia

Keyakinan bahwa dalam jangka panjang yang salah akan dihukum dan yang baik akan dapat ganjaran.

#### 4. Faktor Sosiobiologis

Secara sepintas pelaku altruistis memberi kesan kontraproduktif, mengandung resiko tinggi termasuk terluka dan bahkan mati. Ketika orang yang menolong bisa selamat, yang menolong mungkin malah tidak selamat.

#### 5. Faktor Situasional

Seseorang yang menjadi penolong lebih sebagai produk lingkungan daripada faktor yang ada pada dirinya.

Tindakan tersebut juga merugikan penolong karena meminta pengorbanan waktu, usaha, uang. Tingkat perilaku menolong atau altruisme dapat diketahui dari skor yang diperoleh dari skala altruism, skala ini disusun berdasarkan teori altruisme (Cohen dalam adhim, 2001). Penelitian tersebut di adaptasi dari Faudil adhim yang disesuaikan dengan usia subjek pada penelitian ini. Semakin tinggi nilai yang diperoleh maka semakin tinggi pula altruisme seseorang. Menurut Myers (1996) altruisme adalah salah satu tindakan prososial dengan alasan kesejahteraan orang lain tanpa ada kesadaran akan timbal-balik (imbalan). Jika dikaitkan dengan pengimplementasian nilai-nilai *itsar* pada pedagang pasar terhadap konsep dan praktik akuntansi, maka pada pedagang pasar harus lebih berperan ke masyarakat.

Salah satu moral yang terpuji ialah sikap toleran dan menjauhkan faktor eksploitasi. Dengan hal itu *Altruisme Behavior Theory* berperan sebagai solusi dalam



sikap perilaku peduli, tolong menolong, dan berbagi tidak pernah berharap pamrih kepada orang yang di tolong. Dalam mengatasi permasalahan yang jarang ditemui tersebut, yang dimana kepentingan dalam kehidupan di pasar tradisional merupakan kepentingan bersama. Dengan kata lain, *Altruisme Behavior Theory* memandang pembeli ataupun pemasok sebagai seseorang yang dapat di percaya untuk bertindak dengan sebaik-baiknya bagi kepentingan publik maupun *stakeholder*.

### ***B. Interaksionisme Simbolik Theory***

Ritzer (2003) memahami bahwa sosiologi adalah ilmu paradigm-multi. Ia mengatakan bahwa, terdapat tiga paradigma yang mendominasi sosiologi. Yakni,

1. Paradigma fakta-fakta sosial
2. Paradigma definisi sosial, dan
3. Paradigma perilaku sosial

Perbedaan ini adalah asumsi-asumsi dasarnya mengenai hakikat dasar kenyataan sosial. Fakta sosial sebagai sesuatu yang riil dapat dipersamakan dengan fakta individu, meskipun pada dasarnya fakta sosial memiliki realitasnya sendiri sehingga tidak dapat direduksikan ke dalam fakta individu. Teori-teori dalam paradigma fakta sosial melingkupi sejumlah perspektif teoritis. Yakni, teori fungsionalisme-struktural yang cenderung melihat fakta-fakta sosial sebagai inter-relasi yang rapi, dan tatanan dipertahankan melalui konsesus umum, dan teori konflik yang cenderung menekankan ketidakteraturan di antara fakta sosial lainnya, selain pandangan bahwa tatanan dipertahankan melalui kekuatan-kekuatan koersif dalam masyarakat (Soeprapto, 2002:85).

Paradigma definisi sosial menekankan pada hakikat atau substansi kenyataan sosial (fakta sosial), yang lebih bersifat subyektif dan individual. Masyarakat mendefinisikan fakta sosial dimana mereka berada dari efek definisi-definisi sosial dalam bertindak atau dalam berinteraksi. *Interaksionisme simbolis theory* yang dapat dimasukkan dalam paradigma definisi sosial, antara lain, teori yang dikonstruksikan atas sejumlah ide-ide dasar yang mengacu pada masalah-masalah kelompok manusia atau masyarakat, interaksi sosial, obyek, manusia sebagai perilaku, tindakan manusia, interkoneksi dari saluran-saluran tindakan (Soeprapto, 2002:85).

Paradigma perilaku sosial menekankan pada perilaku reflek (*unthinking behavior*) dari individu. Fakta sosial dapat dijelaskan dengan tegas melalui perilaku-perilaku individu yang nyata (*overt behaviour*). Perilaku-perilaku tersebut dapat dipengaruhi oleh adanya imbalan yang mengundang perilaku yang disukai dan juga hukuman yang menghambat perilaku yang tidak diinginkan (Soeprapto, 2002:87).

Dari ketiga paradigma sosiologi menurut Ritzer, *interaksionisme simbolik theory* merupakan teori yang berlandaskan pada paradigma definisi sosial, karena nilai *itsar* merupakan sifat atau tingkatan tertinggi, ia bahkan sebagai puncak ukhuwa (persaudaraan bukan karena sedarah). Sedangkan, *Interaksionisme simbolik* memiliki pandangan bahwa kenyataan sosial mestinya didasarkan pada definisi subyektif individu dan interpretasinya. Oleh karena itu, struktur sosial maupun institusi sosial, merupakan definisi sosialisasi bersama yang dimiliki individu. *Interaksionisme simbolik* Tindakan-tindakan individu serta pola-pola interaksinya dibimbing atau

diarahkan oleh definisi bersama yang serupa yang dibangun melalui suatu interpretasi.

Dari Soeprapto (2002) mengatakan bahwa ide-ide dasar ini secara bersama-sama merepresentasikan cara dimana *interaksionisme simbolik theory* ini memandang masyarakat.

1. Sifat masyarakat secara mendasar masyarakat atau kelompok individu berada dalam tingkatan dan harus dilihat dari segi tindakan pula. Interaksionisme simbolis memandang bahwa penelitian empiris tentang masyarakat haruslah memperhatikan kenyataan bahwa masyarakat tersebut terdiri dari individu-individu yang secara bersama-sama dalam sebuah aksi sosial manusia.
2. Sifat interaksi sosial memandang urgensi interaksi sosial sebagai sebuah sarana ataupun sebagai sebuah penyebab ekspresi tingkah laku manusia karena interaksi sosial atau antar individu membentuk masyarakat. Mead (1986) dalam Soeprapto (2002) memandang interaksi sosial dalam masyarakat terjadi dalam dua bentuk utama, yakni “percakapan atau isyarat” (interaksi non-simbolis) dan “penggunaan symbol-simbol penting” (interaksi simbolis). Dalam berbagai kondisi, manusia kadang kala bahkan lebih banyak terlibat ataupun melakukan interaksi non simbolik, misalnya ketika mereka merespon dengan cepat dan tanpa sadar (*unthinking behaviour*) seperti gerakan badan refleks, nada suara, ataupun ekspresi wajah. Berbeda dengan interaksi simbolis

yang melalui pemaknaan simbol sebelum melakukan tindakan. Pelaku mencoba mengerti makna atau maksud lain dari suatu aksi yang dilakukan. Mead selanjutnya mengemukakan bahwa pihak-pihak dalam interaksi seperti itu penting untuk mengambil peran secara langsung.

3. Ciri-ciri objek memandang bahwa objek yang sama mempunyai arti yang berbeda-beda bagi individu-individu yang berbeda pula. Objek-objek yang sama bagi sekelompok individu manusia, akan dipandang dengan cara yang sama pula oleh mereka. Dalam pemahaman interaksionisme simbolik kehidupan kelompok manusia adalah sebuah proses dimana objek-objek diciptakan, dikukuhkan, ditransformasikan, dan bahkan dibuang. Kehidupan dan perilaku manusia secara pasti berubah sejalan dengan perubahan-perubahan yang terjadi di dalam dunia objek mereka.
4. Manusia sebagai makhluk yang bertindak dalam kaca mana interaksionisme simbolik, manusia sebagai makhluk yang ikut berinteraksi sosial dengan diri sendiri, tidak hanya melepaskan respon dalam interaksi sosial, melainkan makhluk yang bertindak atau beraksi. Makhluk yang harus mencetak sederetan aksi berdasarkan pada pertimbangan.
5. Sifat asli manusia tindakan atau aksi manusia itu sendiri dari perhitungan melalui interpretasi atas berbagai hal yang tampak. Dalam berbagai kondisi, seseorang harus masuk ke dalam proses pengenalan dari pelakunya agar mengerti tindakan atau aksinya. Pandangan ini berlaku

juga untuk aksi bersama yang juga merupakan hasil dari sebuah proses interaksi yang interpretative.

6. Pertalian aksi bersama muncul dalam masyarakat yang bermasalah, dimana peraturan-peraturan yang berlaku tidaklah mencukupi. Aksi ini mengacu pada aksi-aksi yang mengubah kehidupan-kehidupan kelompok manusia yang tidak hanya menyajikan pertalian horizontal, namun juga pertalian vertikal dengan aksi bersama sebelumnya.

### ***C. Pandangan Dunia (worldview) Sebagai Landasan Perilaku Manusia***

Pandangan dunia merupakan dasar pembentukan ideologi sekaligus merupakan turunan dari bangunan epistemologi pengetahuan seseorang. Kepercayaan seseorang pada mazhab pemikiran tertentu, maka kepercayaan, emosi, jalan hidup, aliran politik, pandangan-pandangan sosial, konsep-konsep intelektual, keagamaan, dan etikanya tidaklah terpisah dengan pandangan dunianya, dan karenanya pula mazhab pemikiran pada akhirnya dapat menciptakan gerakan membangun, dan melahirkan kekuatan sosial (Sabara, 2012).

Pandangan tentang dunia menurut Ali Syarifati adalah pemahaman yang dimiliki seseorang tentang wujud atau eksistensi. Misalnya, seseorang yang meyakini bahwa dunia ini mempunyai Pencipta yang sadar dan mempunyai kekuatan atau kehendak, dan bahwa dari catatan dan rekaman akurat yang disimpan, ia akan menerima ganjaran atas amal perbuatannya atau ia akan dihukum lantaran amal perbuatan itu, maka ia adalah orang yang mempunyai pandangan dunia yang religius. Berdasarkan pandangan tentang dunia inilah seseorang lalu mengatakan: “ Jalan

hidupku mesti begini dan begitu dan aku mesti mengerjakan ini dan itu”, inilah makna memiliki ideologi agama. Artinya adalah pandangan tentang dunia, karena setiap pandangan tentang dunia ataupun mazhab pemikiran pasti akan memperbincangkan konsep manusia sebagai konsep sentral.

Oleh karena itu membahas pandangan dunia pada hakikatnya membahas tentang manusia sebagai subjek. Dunia mempengaruhi seseorang dalam mengambil pilihan tindakannya. Mempelajari pandangan hidup suatu komunitas sosial atau bangsa berarti mempelajari tipe-tipe dari bentuk-bentuk dan pola kebudayaan serta berbagi karakteristik yang dikembangkan oleh komunitas atau bangsa tersebut. Pandangan dunia akhirnya bermetamorfosa sehingga membentuk suatu keyakinan atau cita-cita yang dianut oleh kelompok tertentu, inilah dinamakan ideology.

#### ***D. Pandangan Hidup Tauhid***

Syari'ati dalam Sabara (2012) menjelaskan secara mendalam tentang konsep tauhid dalam Islam yang menjadi pandangan dunia seseorang. Tauhid dalam konsep Syari'ati adalah Tauhid Wujud yang memiliki basis ontologis yang memandang semesta secara keseluruhan sebagai satu kesatuan (integral), tidak terbagi atas dunia saat ini dan akhirat nanti, yang alamiah dan supra alamiah, atau jiwa dan raga.

Tauhid dalam konsep Syaria'ti adalah tauhid Wujud memandang seluruh eksistensi sebagai bentuk tunggal. Dengan kata lain seluruh alam semesta merupakan refleksi dari kebesaran Tuhan. Menjadikan Tuhan sebagai poros kehidupan justru memberikan manusia kebebasan berkehendak yang disertai pertanggungjawaban atas amal perbuatannya. Konsep khalifatullah fiard merupakan konsep yang sangat kaya,

di dalamnya terdapat penegasan atas kemampuan manusia sebagai khalifah di jagad raya. Makna khalifah bukan pasrah terhadap takdir dan keadaannya, melainkan itu menyiratkan adanya tanggung jawab. Seseorang yang ditunjuk sebagai khalifah tidak bisa dimintai pertanggungjawabannya jika ia (manusia) tidak memiliki kebebasan dan kehendak memilih (Shard, 2008:57). Oleh karenanya manusia itu dapat mengubah nasibnya sendiri, dan inilah misi yang diemban islam ketika ia diturunkan kepada manusia, untuk menjadi aturan yang akan menuntun manusia kepada keseimbangan, kesejahteraan, keharmonisan, bertolong-menolong dan berkasih sayang.

#### ***E. Nilai Itsar***

Kata *altruistic* (Inggris) masuk kosa kata menjadi altruistik artinya bersifat mengutamakan kepentingan orang lain. Altruist adalah orang yang bekerja untuk kesejahteraan orang lain, orang yang tidak mementingkan diri sendiri (Peter *et.*, *al* 1991), dalam bahasa Arab (لِيَتَّزَا), penghargaan dan perhatian terhadap orang lain. *Itsar* adalah sinonim atau terjemahan tekstual dari altruism, atau *altruistic*. *Itsar* adalah suatu pola perilaku mulia berdasarkan nilai utama atau ajaran agama Islam. Menurut Mujib (2006) *itsar* termasuk sub type kepribadian utama yang digali dari khasanah Islam. Orang yang berkepribadian *Itsar* dinamai mu'tsir. Karakter mu'tsir bersinonim dengan dermawan (al-jud) pada tingkat yang paling tinggi.

Salah satu dimensi *itsar* atau altruisme yang populer sebagai indikasi kemurahan hati dan keutamaan sosial adalah kedermawanan (generosity). Menurut Mujib (2006) dermawan adalah puncak dari tindakan *itsar* pada manusia berkarakter mu'tsir. Menurut al-Qayyim, terdapat sepuluh jenis kedermawanan, yang tertinggi



adalah dermawan dengan jiwa (*al-Nafs*) dan terendah adalah dermawan dengan kerelaan terhadap apa yang dimiliki orang lain tanpa berusaha mencampurnya (Mujib, 2006). Namun dalam beberapa penelitian, perilaku pengabdian untuk masyarakat atau sukarelawan pada kegiatan dan peristiwa sosial dan agama tertentu juga di kategorikan sebagai tindakan altruisme. Berdasarkan studi pustaka, *itsar* dan altruisme didefinisikan sebagai perilaku jujur, peduli, menolong, membantu, berderma, dan berkorban untuk orang lain, yang sarat nilai sosial dan memiliki dampak sosial yang kuat, maka nampak ada gradasi tingkah laku yang berawal dari kejujuran terhadap diri sendiri, dan kepedulian terhadap sesama, yang berpuncak kepada *itsar* dan altruisme yang ditandai dengan kedermawanan. Perbedaannya, jika altruisme mungkin saja dilandasi oleh berbagai alasan subyektif atau normatif, maka *itsar* hanya satu landasannya yaitu keimanan kepada Allah dan keikhlasan beramal untuk meraih ridho dan balasan dari-Nya. Maka motif yang melandasi *itsar* adalah motif religius, sedangkan altruism bisa berawal dari rasa kasihan, atau keinginan menolong sebagai sesama manusia (motif kultural). Namun, tidak tertutup kemungkinan adanya tindakan altruis yang dilandasi oleh nilai-nilai yang bersumber dari ajaran ‘agama’. Sebab dalam konsep Barat, agama dipandang merupakan salah satu produk kultural.

Asumsi di atas diperkuat oleh keyakinan bahwa pribadi *itsar* adalah pribadi yang memiliki perhatian, mampu mengelola ego, selalu mendahulukan orang lain, rela menolong serta berbagi dalam berbagai hal positif. Perilaku tersebut selain mampu memancing munculnya tindakan balasan positif dari partner kerja, juga akan

berdampak terhadap pembentukan dan perubahan sudut pandang (worldview) pekerja terhadap berbagai aspek dari pekerjaannya. Interaksi antar itsar dan iffah dalam lingkungan kerja akan membangun suasana kerja yang menyenangkan yang ditandai oleh tolong menolong dan saling memperhatikan, serta kepedulian satu sama lain yang menjadi dasar tumbuhnya saling percaya satu sama lain. Suasana psikologis yang nyaman, aman tersebut, berpeluang meningkatkan kepuasan kerja guru secara individu maupun secara umum terdapat pada QS.Ali-Imran/3:103.

Dalam Al-Quran Allah SWT menyatakan dengan tegas bahwa :

وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا ۚ وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِّنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُم مِّنْهَا ۚ كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ ءَايَاتِهِ ۚ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ

Terjemahnya:

Dan berpegang teguhlah kamu sekalian dengan tali Allah dan janganlah kamu sekalian berpecah belah, dan ingatlah nikmat Allah atas kamu semua ketika kamu bermusuhan-musuhan maka Dia (Allah) menjinakkan antara hati-hati kamu maka kamu menjadi bersaudara sedangkan kamu diatas tepi jurang api neraka, maka Allah mendamaikan antara hati kamu. Demikianlah Allah menjelaskan ayat ayatnya agar kamu mendapat petunjuk” (Q.S. Ali-Imran:103)

Adlin (2006:10) mengatakan bahwa semua ajaran agama dan tradisi spiritual pada dasarnya meyakini akan adanya dua kutub, yakni: satu sisi, adalah Tuhan sebagai Sumber Cahaya, dan, pada sisi lain, alam materi sebagai ketiadaan cahaya (kegelapan). Di antaranya ada sekian banyak alam antara berhierarki dengan kualitas

cahaya yang bergradasi, semakin jauh dari sumber, maka kualitas ke-Ilahiannya semakin menurun.

*Itsar* yang dimaksud dalam penelitian ini searah dengan pengertian yang menempatkan Tuhan (Hakikat Realitas/ Yang Absolut) sebagai dasar dan tujuan hakiki dalam hidup, puncak dari nilai persaudaraan. Penolong yang hadir di dalamnya tidak hanya terdapat pengetahuan atau hikmah, namun juga terdapat seperangkat aplikasi praktis (ritual) sebagai wahana yang dipakai dalam menempuh perjalanan spiritual/metafisik.

Menurut Adlin (2006) Dalam hal ini kita harus membedakan antara agama dan tradisi, secara sederhana, semua agama adalah tradisi, namun tidak semua tradisi adalah agama karena tradisi lebih kepada pengetahuan atau hikmah, banyak tradisi, misalnya tradisi Sunda, Yunani, Mesir, dan lainnya, tetapi padanya kita tidak bisa menyandarkan diri dalam penempuhan *altruism* karena ada waktu yang membuat ia menjadi tidak lengkap. Berbeda dengan agama yang memiliki keterjagaan dari sisi ritual. Metafisika/spiritualitas adalah inti, tradisi adalah isi, maka agama adalah kulit yang sekaligus meliputi inti dan isinya. Oleh karena itu pada tataran nilai, antara spiritualitas dan tradisi adalah sama apabila keduanya berangkat dari pengetahuan yang diraih lewat perenungan yang panjang dan mendalam tentang hakikat alam semesta. Pengetahuan ini adalah hasil penempuhan jalan yang dibawa oleh para figur yang terpilih, dengan sikap kelapangan dan keberserahdirian.

### ***F. Pedagang Pasar Tradisional***

Pada masyarakat umum banyak yang memilih berdagang di pasar tradisional sebagai mata pencarian mereka. Hal itu dikarenakan pasar terdapat dimana-mana mulai dari setiap kecamatan, kabupaten, provinsi pasti terdapat pasar tradisional. Namun, didalam lingkup pasar tersebut masyarakat tidak hanya berdagang menjual barang-barang tradisional, banyak pula bermacam kegiatan yang dilakukan di pasar. Sebagai mata pencarian sekitar.

Rasulullah sangat menghargai harga yang adil yang terbentuk di pasar. Karena ini dalam islam, nilai-nilai moralitas yang meliputi kejujuran, keadilan dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Nilai-nilai tersebut merupakan cerminan dari keimanan seorang muslim kepada Allah. Bahkan Rasulullah pun tidak menyukai transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan nilai-nilai moralitas. Implementasi nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan di pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar, artinya setiap pedagang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam bukan sekedar mencari keuntungan sebesar-besarnya tetapi juga keberkahan. Menurut pernyataan yang ditulis (Amaliah, 2012) Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ ruang lingkup bisnis.

Berdasarkan studi sosiologi ekonomi tentang pedagang yang telah dilakukan oleh (Geertz dalam Damsar 1997: 107) dapat disimpulkan bahwa pedagang dibagi sebagai berikut:

1. Pedagang profesional yaitu pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
2. Pedagang semi profesional adalah pedagang yang mengakui aktivitasnya untuk memperoleh uang, tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga. Derajat tambahan tersebut berbeda pada setiap orang dan masyarakat.
3. Pedagang subsistensi merupakan pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas substensi untuk memenuhi ekonomi rumah tangga.
4. Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak mengharapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh uang, malahan mungkin saja sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

Menurut Amaliah (2014), para pelaku bisnis atau disebut juga sebagai pelaku usaha ataupun wirausaha merupakan orang ataupun sekelompok orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai aspek kesempatan. Cara berpikir seorang wirausaha adalah selalu berusaha mencari, memanfaatkan peluang usaha yang dapat memberi keuntungan terdapat pada Q.S. At-Taubah/9:105.

Dalam Al-Quran Allah SWT menyatakan dengan tegas bahwa :

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ  
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Terjemahnya:

dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."(Q.S. At-Taubah:105).

Ayat di atas menjelaskan bahwa dalam kewajiban setiap manusia untuk bekerja dalam mencukupi kebutuhan hidup dan mengaktualisasikan kemampuannya. Dalam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta. Karenanya, segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan cara-cara terbaik dengan tidak melakukan kecurangan, riba, penipuan, dan tindakan kezaliman lainnya.

#### ***G. Konsep Akuntansi Kontemporer Sarat Nilai Materialistik***

Akuntansi hadir selaras dengan pijakan teoritis yang juga merupakan produk (hasil berpikir) dari para penyusunnya menurut cara pandangnya masing-masing. Dengan kata lain konseptor yang kapitalistik akan menghasilkan teori yang kapitalistik dan berakhir pada produk akuntansi yang kapitalistik pula. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Triuwono (2009:7), konstruksi teori dan bentuk praktik tidak akan menyimpang dari perspektif yang digunakan. "Akuntansi modern banyak menyerap, dan dikembangkan oleh, masyarakat yang memiliki liberalisme dan kapitalisme yang tinggi. Sebagai contoh, kita lihat pada konsep kepemilikan

(*ownership*) yang sangat berpengaruh pada akuntansi”. Hak milik pribadi adalah ciri khusus dalam sistem kapitalis.

Kepentingan kapitalis meskipun harus melanggar nilai-nilai etis. Kasus beberapa perusahaan besar seperti Enron dan Worldcom, adalah fakta empiris adanya “pemujaan” terhadap materi (kapitalisme). Adanya label syariah yang dilekatkan pada akuntansi (akuntansi syariah) tidak menjadi jaminan bahwa sistem yang terbangun di dalamnya sesuai dengan nilai-nilai keilahian (kejujuran, keadilan, altruisme, dll). Akutansi sebagai aspek penting dalam dunia bisnis dianggap telah kehilangan jati dirinya. Ia menjadi tidak berdaya dan mau tidak mau tergilas dan terseret oleh kapitalis. Karena meskipun pada awal kemunculannya, ia (akutansi) terbentuk oleh lingkungannya (*socially constructed*) namun ia punya potensi untuk dapat pula berbalik mempengaruhi lingkungannya (*socially constructing*). Ini jelas sangat berbahaya bagi masa depan akutansi sendiri dan peradaban manusia. Akhirnya dapat dijadikan sebuah kepastian bahwa akuntansi merupakan suatu bentuk ilmu pengetahuan dan praktik yang bersifat tidak bebas nilai.

Menurut Kam (1990) *Proprietary theory* menjadi teori awal yang mendasari sistem akuntansi, namun teori ini dianggap memiliki kelemahan yang terletak pada tidak terpisahnya kekayaan perusahaan dengan kekayaan pemilik (*proprietor*). Tidak adanya keterpisahan ini menempatkan pemilik sebagai pusat perhatian sehingga terlihat jelas bahwa kekayaan perusahaan adalah kekayaan individu (pemilik). Akhirnya dirumuskanlah suatu teori akuntansi yang diekspektasikan dapat dijadikan acuan. *Entity theory* menjadi jawaban atas kelemahan *proprietary theory*. Meskipun



teori ini dianggap menjawab keterbatasan teori sebelumnya, namun keduanya pun masih mengandung pemikiran *egosentristik*. Manifestasi nyata dari pemikiran ini terkandung dalam konsep kepemilikan mutlak yang dianutnya. *Entity theory* memang menempatkan entitas bisnis di posisi yang independen, sehingga hak dan kewajiban pemilik menjadi terbatas.

Penempatan pemilik modal pada posisi eksternal (*outsider*) justru memberikan keuntungan bagi mereka. Para kapitalis akan berlandung di bawah argumentasi bahwa pemilik kekayaan adalah entitas bisnis itu sendiri sehingga mereka tidak perlu lagi terbebani dengan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan etika, yakni harta kekayaannya. Entitas bisnis dianggap alat netral dan memiliki personalitas tersendiri yang independen dari kepentingan perorangan.

Padahal perusahaan tidak dapat eksis tanpa eksistensi manusia itu sendiri. Perusahaan dijalankan oleh aktor-aktor yang memiliki hasrat untuk memenuhi keinginan yang bersifat negatif atau positif terhadap sesamanya. Aktor-aktor ini juga (manusia) tidak bisa hanya dilihat sebagai makhluk yang berkehendak bebas demi memenuhi keinginan ego semata, menjadi yang terbaik dalam persaingan, serta melihat yang lain sebagai musuh (*homo homini lupus*) (Saifuddin, 2010).

Subiyantoro dan Triyuwono (2004) mengatakan bahwa perilaku materialistik yang ditunjukkan oleh stakeholder entitas bisnis merupakan akibat dari ketergantungan sistemik secara struktural pada perusahaan dan secara sosial kepada aspek materi. Akuntan manajemen sebagai agen yang terikat oleh kesepakatan dengan perusahaan (pemilik modal) tidak memungkinkan mereka untuk keluar dari

jalur yang telah ditetapkan perusahaan. Sedangkan perusahaan menurut Freedman (2002), adalah, *“In (a free economy) there is one and only one social responsibility of business—to use its resources and engage in activities designed to increase its profits so long as it stays within the rules of the game.”*

Kondisi inilah yang menciptakan sesuatu struktural yang terjadi pada ranah kecil yakni perusahaan. Sementara sosial mencakup ruang lingkup yang lebih luas, yaitu lingkungan masyarakat. Pandangan masyarakat bahwa akumulasi materi adalah satu-satunya upaya untuk mendapatkan pengakuan sosial menggiring pada perilaku yang sarat dengan kompetisi dalam mengumpulkan materi.

#### **H. Konsep Harga Jual**

Harga adalah nilai barang atau jasa yang diungkapkan dalam satuan rupiah (Rp) atau satuan nilai uang lainnya Hansen dan Mowen (2001:633) harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Mulyadi (2001:60) harga jual sebagai biaya penuh yang ditambah laba memadai yang diharapkan. Penetapan harga jual menjadi masalah yang sangat penting dalam sebuah usaha bisnis. Penempatan harga jual yang salah akan berakibat fatal pada masalah keuangan dan kontinuitas usaha.

Konsep harga jual syariah mengedepankan pada konsep harga jual berbasis nilai keadilan, yaitu suatu konsep harga jual yang memperhitungkan seluruh biaya yang terjadi untuk menghasilkan produk hingga sampai ke tangan pembeli ditambah kebutuhan pokok pedagang dan untuk pelestarian lingkungan (Alimuddin,2011:540).

Sekilas, konsep harga jual ini sama dengan konsep penetapan harga jual *cost-plus pricing* pada paham konvensional, yaitu biaya ditambah keuntungan yang diharapkan. Perbedaannya terletak pada makna keuntungan dan penentuan besarnya keuntungan. Hal ini terjadi ketika dalam proses tawar-menawar penjual mengungkapkan kepada konsumen tentang penetapan harga atau markup yang digunakan dan informasi tentang perubahan harga yang terjadi. Namun, hal yang berbeda ditemukan dalam penelitian Herrmann (2007) yang menemukan bahwa proses tawar-menawar dapat memberikan dampak yang negatif terhadap keadilan yang dirasakan oleh pembeli. Adanya kebutuhan yang mendesak pada pihak pembeli terhadap suatu produk, menjadikan harga yang terbentuk mencerminkan kegagalan kepentingan pihak pembeli di balik keuletan penjual dalam usaha memaksimalkan laba melalui harga yang telah ditetapkan. Laba akuntansi secara umum merupakan hasil penjumlahan dan pengurangan dari pos-pos positif dan negatif, namun menurut Tuanakota (2000:112), definisi tersebut tidak mempunyai kadar interpretatif terhadap realworld phenomena.

Laba menurut teori Irving Fisher menggambarkan *flow of services* sepanjang Waktu. Dalam pengertian ini terkandung tujuan pembentukan perusahaan yakni memberikan arus kekayaan bagi kepentingan pemegang saham atau beneficiaries-nya. Perlu diingat bahwa para pemegang saham tidak hanya membutuhkan arus kekayaan pada masa tertentu (berapa yang bisa mereka peroleh dalam periode tertentu, namun juga bagaimana potensi pertumbuhan perusahaan. Konsep *wealth maintenance* yang diterapkan pada pengertian laba dapat dilihat pada pandangan

Adam Smith: “*income* adalah jumlah yang dapat dikonsumsi tanpa mengganggu modal”.

Harga adalah pengorbanan konsumen yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Harga harus ditentukan secara seksama karena ia akan memengaruhi kedua belah pihak yang terlibat yakni penjual dan pembeli. Menurut Muhammad (2004:116-120), terdapat tiga metode penentuan harga jual yang diterapkan pada bisnis. Keempat metode tersebut antara lain:

1. Mark-up Pricing

Metode mark-up pricing ini adalah menentukan harga jual dengan memarkup biaya produksi barang yang bersangkutan.

2. Target-return Pricing

Metode target-return pricing ini merupakan metode penentuan harga jual yang bertujuan untuk mendapatkan tingkat pengembalian atas besarnya modal yang telah diinvestasikan. Perusahaan akan menetapkan tingkat pengembalian yang diharapkan atas modal yang telah diinvestasikan.

3. Perceived-Value Pricing

Berbeda dengan target return pricing yang hanya menggunakan biaya produksi sebagai kunci penentuan harga, pada perceived-value pricing juga digunakan nonprice variable sebagai dasar dari penentuan harga jual.

Islam menawarkan penetapan harga jual berkeadilan dengan mempertimbangkan kemampuan dan kebutuhan pembeli dan penjual. Kemampuan

pembeli yang menjadi fokus perhatian adalah daya beli masyarakat secara umum. Tidak ada gunanya menetapkan harga jual yang tinggi dengan harapan mendapatkan keuntungan yang besar sementara masyarakat tidak memiliki kemampuan untuk membelinya. Menurut Prawironegoro *et., al.* (2014), dalam cara pandang kaum spiritualis Islam, laba mengandung makna sebagai hasil kerja manusia yang diridhoi Tuhan untuk kesejahteraan seluruh penghuni alam raya. Makna laba ini merefleksikan adanya tanggung jawab kepada sesama manusia dan lingkungan. Namun, sedikit berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Benito *et al.*, (2010) menganalisis asimetri persaingan harga pada suatu produk berdasarkan merek tertentu untuk menghasilkan harga jual optimal pada pedagang pengecer yang berimplikasi pada permintaan, keuntungan penjualan, dan maksimalisasi profitabilitas.

Selanjutnya penelitian Stiving (2000), mengungkapkan bahwa pihak penjual cenderung lebih termotivasi untuk menggunakan harga yang tinggi untuk memberikan sinyal tentang kualitas produk pada konsumen yang kurang mampu mendeteksi tingkat kualitas dari produk sebelum melakukan pembelian. Hal ini juga diperkuat dari hasil penelitian Kalita (2004) yang menggunakan price-signaling models untuk menganalisis harga sebagai sinyal kualitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pihak penjual menggunakan sinyal kualitas pada harga produk untuk menarik konsumen yang kurang memiliki informasi tentang suatu produk.

Berdasarkan pada kajian tentang harga yang telah diuraikan di atas, menunjukkan bahwa kajian tentang metode penetapan harga jual, selama ini

didominasi oleh pendekatan positivistik. Pendekatan positivistik yang digunakan belum mampu menjelaskan realitas akuntansi terkait dengan konsep harga, sehingga keterbatasan dalam konsep harga jual konvensional telah menciptakan ketidakseimbangan hidup. Konsep harga jual konvensional dianggap sebagai ilmu pengetahuan dan praktik yang bebas nilai (*value free*), sehingga penetapan harga jual konvensional hanya berorientasi pada profit semata. Orientasi hanya kepada profit mengakibatkan diabaikannya nilai-nilai kebaikan yang dijadikan pedoman dalam melaksanakan aktivitas penjualan.

Menurut Alimuddin (2013:14), dalam paham kapitalisme, keuntungan materi adalah segala-galanya dalam berbisnis, apapun yang dilakukan selalu diarahkan pada peningkatan keuntungan, tidak mengenal halal atau haramnya proses yang dilalui yang penting menghasilkan keuntungan. Sementara dalam pandangan Islam, keuntungan materi merupakan dambaan tetapi bukan segala-galanya. Keuntungan materi hanyalah salah satu bagian dari keuntungan yang lebih besar. Keuntungan dalam pandangan Islam, bukan hanya keuntungan materi tetapi meliputi keuntungan karena telah mengikuti norma, etika, dan moral, keuntungan karena bertambah teman, kesenangan melihat orang lain senang, semakin dekatnya hubungan dengan Sang Pemberi Rezeki.

Alimuddin (2013:15) menjelaskan tentang penentuan besarnya keuntungan yang didasarkan pada nilai kejujuran tidak ada aturan bakunya, tergantung mekanisme pasar yang terjadi. Namun, tidak berarti penjual seenaknya menaikkan harga, khususnya jika terjadi kenaikan permintaan. Bahkan pada tingkat pemahaman

yang lebih dalam, penjual hanya bisa menaikkan harga jualnya jika biaya masukannya mengalami kenaikan. Dengan demikian, perubahan harga jual hanya bisa dilakukan pada produk baru. Sedangkan, keuntungan yang adil adalah keuntungan yang tidak mendzalimi orang lain tetapi juga tidak mendzalimi diri sendiri.

Penerapan nilai keadilan dalam Islam untuk meraih keuntungan adalah keuntungan yang ditetapkan untuk memenuhi kebutuhan pokok penjual dan untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan lingkungan sekitarnya. Selain itu, Alimuddin (2013:22) juga mengemukakan bahwa nilai kemanunggalan yang melekat pada proses mendapatkan keuntungan materi sedikit-tidaknya meliputi tiga unsur, yaitu pertama, proses untuk mendapatkan laba dilakukan dari usaha yang menghasilkan produk yang halal dan baik. Kedua, tidak ada unsur penipuan dalam proses bisnis. Ketiga, tidak ada yang terzalimi sepanjang proses bisnis tersebut. Keuntungan lainnya yang dirasakan pengusaha muslim dalam kaitannya dengan nilai kemanunggalan adalah, meningkatnya persaudaraan; rasa senang melihat kenikmatan atau keberhasilan orang lain; rasa senang mempekerjakan orang yang tidak mampu secara fisik, mental, dan fikiran; rasa senang membantu orang lain yang tidak berkecukupan, dan lain sebagainya. Hubungan yang harmonis menjadi kunci utama dalam meraih keuntungan.

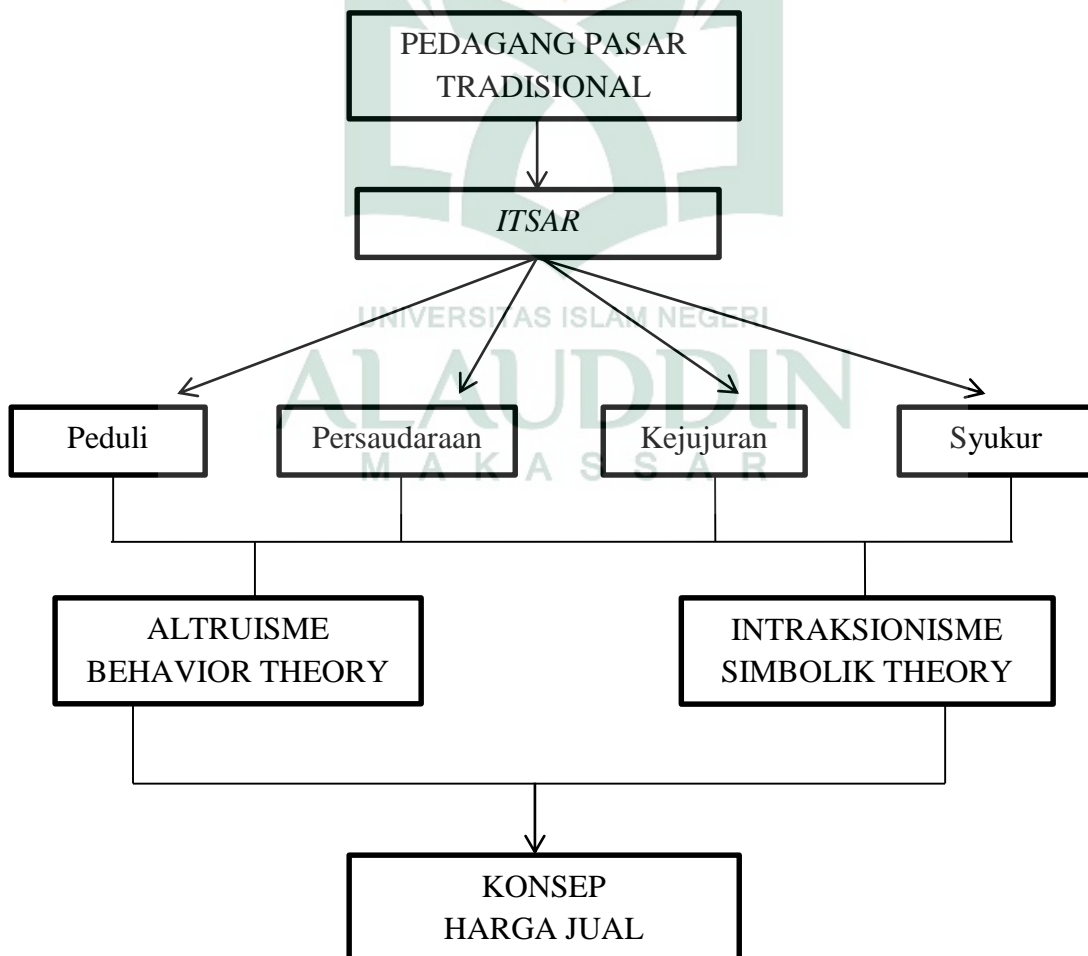
### ***I. Kerangka Konseptual***

Berdasarkan rerangka pikir yang dapat disimpulkan oleh penulisan ini dimana teori yang digunakan didasarkan pada *Altruisme Behavior Theory*, dan



*Interaksionisme Simbolik : Teori Sosiologi Modern* didalam teori-teori tersebut dijelaskan bahwa perlunya dalam berdagang di pasar tradisional kebersamaan dalam suatu melakukan usaha kecil, berusaha mengetahui karakter-karakter pembeli, dan saling tolong-menolong antar sesama pedagang. Realitas akuntansi dalam konsep praktiknya memiliki berbagai varian yang dibentuk oleh nilai-nilai yang melandasi. Penelitian ini mencoba memaknai nilai-nilai *itsar* pedagang pasar tradisional yang mempengaruhi persepsi dan perilaku pedagang dan bagaimana persepsi dan perilaku tersebut mengontruksi konsep harga jual, dalam penetapan harga.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### ***A. Jenis dan Lokasi Penelitian***

##### **1. Jenis penelitian**

Proses penelitian penulisan yang digunakan adalah jenis kualitatif karena didasarkan dengan dua alasan, pertama permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini membutuhkan sejumlah data lapangan yang sifatnya aktual dan kontekstual. Kedua, pemulihan pendekatan ini didasarkan pada ketertaitan masalah yang dikaji dan tidak dapat dipisahkan oleh fakta alamiahnya. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami.

Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007:3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terikat nilai. Penelitian kualitatif

digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan. Riset ini akan menghasilkan tentang makna nilai-nilai itsar dan bagaimana persepsi dan perilaku pedagang pasar khususnya konsep laba, modal, dan pola cara transaksi.

## **2. Lokasi Penelitian**

Pasar Pannampu adalah nama pasar tradisional yang berada di kota Makassar Awal 1980-an, Beberapa tahun kemudian seiring dengan bertambahnya pedagang kemudian pemerintah kota kembali merenovasi pasar tersebut sehingga dapat terpakai dengan baik. Dan terletak di jalan Panampu Raya Tallo, Makassar, Sulawesi Selatan. Pasar ini terkenal sebagai pemasok Sembilan bahan kebutuhan pokok, seperti sayur-mayur, jenis ikan, telur, buah-buahan, dll. Yang berasal dari berbagai daerah Sulawesi Selatan.

### **B. Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Fenomenologi*. Vredenbergt (1978) merumuskan studi kasus sebagai suatu pendekatan yang bertujuan untuk mempertahankan keutuhan (*wholeness*) dari obyek; data yang dikumpulkan dipelajari sebagai suatu keseluruhan yang terintegrasi. Pollit dan Hungler memahami studi kasus sebagai metode penelitian yang menggunakan analisis mendalam, yang dilakukan secara lengkap dan teliti terhadap individu, keluarga, kelompok, lembaga atau satuan sosial lainnya.

Sebagaimana yang diutarakan Rahmawati (2013) bahwa metodologi fenomenologi mempertimbangkan pemahaman makna kehidupan sehari-hari dari manusia untuk mengungkapkan masalah sosial dan menginterpretasikan bagaimana orang bertindak dalam kehidupan keseharian. Studi kasus berguna dalam memberikan jawaban atas pertanyaan “Bagaimana?” (*How*) dan “Mengapa?” (*Why*), dan dalam konteks ini dipergunakan untuk penelitian eksplorasi, deskripsi, dan penelitian menjelaskan (*eksplanatori*). Oleh karena itu, penggunaan pendekatan metode penelitian ini, sesuai dan mampu menjelaskan secara terperinci proses penelitian ini.

### ***C. Jenis dan Sumber Data Penelitian***

#### **1. Jenis Data**

Jenis data penelitian berkaitan dengan sumber data dan pemilihan metode yang digunakan oleh peneliti untuk Jenis data penelitian berkaitan dengan sumber data dan pemilihan metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data penelitian. Penentuan metode dalam pengumpulan data dipengaruhi oleh jenis dan sumber data penelitian yang dibutuhkan.

Jenis data dalam penelitian ini berupa data subyek dan data dokumentar. Data subjek adalah jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman, atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian (Responden). Data dokumentar adalah jenis data penelitian yang memuat apa dan kapan suatu kejadian atau transaksi, serta siapa yang terlibat dalam suatu kejadian. Dalam penelitian ini data dokumentar yang digunakan berupa laporan tahunan, jurnal, buku, majalah, dan artikel publikasi.

## 2. Sumber Data

Jenis data penelitian diperoleh dari data primer. Data primer lebih mengacu pada informasi yang diperoleh langsung dari pengamatan objek yang diteliti. Adapun contoh data primer adalah informasi yang diperoleh melalui wawancara yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung dengan bertanya dengan penjual dan pembeli yang telah ditentukan, observasi yang secara langsung melihat kejadian-kejadian yang dicatat dan didokumentasikan sebagai data penelitian, dan dokumentasi merupakan penelitian kualitatif yang pengumpulan datanya berupa gambar-gambar, foto-foto, artikel, yang hasilnya dapat dijadikan bahan lampiran.

### *D. Metode Pengumpulan Data*

Untuk menganalisis dan menginterpretasikan data dengan baik, maka diperlukan data yang akurat dan sistematis agar hasil yang didapat mampu mendeskripsikan situasi objek yang sedang diteliti dengan benar. Dalam tahap pengumpulan data, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi lapangan yaitu dengan melakukan survei (wawancara dengan menggunakan alat perekam) terhadap suatu objek secara langsung sebagai informan penelitian. Wawancara yang dilakukan adalah komunikasi secara langsung (tatap muka) antara pewawancara yang mengajukan pertanyaan secara lisan dengan responden yang menjawab pertanyaan secara langsung.

Untuk memperoleh data yang relevan dengan masalah yang akan dibahas, penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara Mendalam Wawancara digunakan sebagai tehnik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self – report* atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Untuk wawancara mendalam dilakukan secara langsung dengan informan secara terpisah di lingkungannya masing-masing. Wawancara dilakukan di pasar tradisional Pannampu dengan penjual dan pembeli yang dianggap berkompeten dan mewakili.
2. Studi Pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan penelusuran dengan menggunakan referensi dari buku, jurnal, terkait dengan objek penelitian untuk mendapatkan konsep dan data-data yang relevan dengan permasalahan yang dikaji sebagai penunjang penelitian. Misalnya mengenai sejarah dari Pasar Pannampu itu sendiri.
3. Studi Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang didalamnya yang mengandung *narrative text*, foto, tabel dan grafik yang memuat penjelasan mengenai praktik sosial dan ekonomi di dalam pasar Pannampu tersebut.
4. *Internet searching* merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai tambahan referensi yang bersumber dari internet guna melengkapi referensi penulis serta digunakan untuk menemukan fakta atau teori berkaitan masalah yang diteliti.

### ***E. Instrumen Penelitian***

Instrument penelitian adalah suatu alat yang mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan survei, observasi, hingga kajian kepustakaan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data yang dianalisis dalam penelitian ini berupa data lisan, tulisan, maupun dalam bentuk dokumentasi laporan. Untuk memudahkan memperoleh data dalam penelitian tersebut, maka diperlukan beberapa instrumen berupa alat untuk menunjang proses perolehan data dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Perekam suara
2. Buku catatan
3. Handphone
4. Kamera
5. Alat tulis
6. Lampiran Manuskrip.
7. Buku, jurnal, dan referensi lainnya.

### ***F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data***

Menurut Moleong (2004) mengatakan bahwa abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada didalamnya. Selanjutnya adalah penyusunan dalam satuan yang kemudian dikategorikan pada langkah berikut. Tahap akhir dari analisis data ini adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan data. Menurut Salim (2006) proses analisis data dilakukan sejak pengumpulan data sampai selesainya proses pengumpulan data tersebut. Adapun proses-proses tersebut dapat dijelaskan ke dalam tiga tahap berikut:



1. Reduksi data dilakukan dengan jalan memfokuskan perhatian dan pencarian materi penelitian dari berbagai literatur yang digunakan sesuai dengan pokok masalah yang telah diajukan pada rumusan masalah. Data yang relevan dianalisis secara cermat, sedangkan yang kurang relevan disisihkan.
2. Penyajian data yang dilakukan peneliti ada dua tahapan penyajian yaitu tahap Kelas dan tahap kritik. Tahap deskriptif dimulai dengan mengidentifikasi data dari hasil proses pembelajaran yang dilakukan sebelumnya, dilanjutkan dengan menjelaskan data yang memiliki hubungan dengan profesionalisme dengan macam karakter pemerinta desa dan diakhiri dengan merumuskan alat analisis yang digunakan untuk menganalisa objek kritik, yaitu Tahap evaluasi/kritik. Tahap ini dilakukan untuk mengkritisi konsep yang digunakan pedagang pasar. Dalam menyampaikan kritiknya, peneliti akan berpedoman suatu pemikiran.
3. Penarikan kesimpulan. Dari pengumpulan data dan analisa yang telah dilakukan, peneliti mencari makna dari setiap gejala yang diperolehnya dalam proses penelitian, mencatat keterbatasan yang dihadapi dalam penelitian ini, dan implikasi positif yang diharapkan bisa diperoleh dari penelitian ini.

#### ***G. Pengujian Keabsahan Data***

Untuk menetapkan keabsahan (*trustworthiness*) data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu (Moleong, 2011). Uji keabsahan data dalam penetian kualitatif meliputi *uji*

*credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas ekstrenal), *dependability* (reabilitas), dan *confirmability* (obyekfitas) (Sugiyono, 2013: 270).

Namun dalam penelitian ini hanya digunakan dalam satu uji yang paling sesuai, yaitu validitas *uji credibility* (validitas internal). Uji validitas internal adalah data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dapat dilakukan antara lain dengan cara perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan membercheck. Namun karena penelitian ini menggunakan berbagai sumber data dan teori dalam menghasilkan data dan informasi yang akurat, maka cara yang tepat digunakan adalah dengan menggunakan metode triangulasi. Triangulasi sendiri menurut Norman K. Denkin dalam Rahardjo (2010) adalah gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Menurut Denkin dalam Rahardjo (2010), triangulasi meliputi empat hal yaitu triangulasi metode, triangulasi antar peneliti, triangulasi sumber dan triangulasi teori. Namun peneliti hanya menggunakan dua dari empat jenis triangulasi untuk menyelaraskan dengan penelitian ini, yaitu :

- a. Triangulasi sumber data, yaitu menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dengan informan, peneliti juga menggunakan peneliti bisa menggunakan sumber data pendukung lainnya seperti dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti

atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (insights) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.

- b. Triangulasi Teori, yaitu hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau thesis statement. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan kedalaman pemahaman asalkan peneliti mampu menggali pengetahuan teoretik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### ***A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian***

##### **1. Sejarah Singkat Pasar Pannampu**

Pasar pannampu ini pertama kali muncul di tahun 1986 atau setidaknya dibangun tahun 1980-an. Di pasar pannampu ini, ratusan pedagang dari segala penjuru Makassar. Ada yang bermotor, bergerobak, hingga memanggul jualannya. Tahun demi tahun setelah ditetapkan dahulu sebagai TPA (Tempat Pembuangan Akhir). Kemunculannya pertama kali bukan inisiatif pemerintah atau siapapun melainkan oleh para pedagang sendiri yang kemudian meramaikan area kecil. Bahkan, kondisi sampah yang berserahkan menjadi bagian dari kehidupan warga area pannampu. Kondisi itu bertambah parah ketika musim hujan tiba. Air hujan yang bercampur sampah menghantar bau tengik ke dalam pasar. Tercium pula aneka comberan serta beberapa sisa air genangan yang hitam pekat akibat banjir, beberapa hari sebelumnya. Dan yang paling parah adalah area ini kerap tergenang hingga lutut.

Menurut sejarah di tempo dulu, lokasi pasar Pannampu yang sekarang adalah sebuah taman bunga yang indah. Bunganya sangat menawan dan menjadi kunjungan warga setiap hari. Namun, setelah kemerdekaan taman bunga itu tidak lagi terurus sehingga menjadi tempat kumuh. Wujud pasar memenuhi 200an rumah di kompleks perumahan itu. Di belakang kompleks, terhampar Danau

Pannampu yang luas dan dalam dan tempat pemancingan yang banyak ikannya, kemudian warga menjadi akrab dengan bau dan penyakit, dan tidak ada kompesasi kesehatan dari pemerintah.

Pada tahun 1990-an, penataan pedagang pasar mencapai titik ekstrimnya di mana pedagang pasar berada dalam kontrol anggota militer. Kurang lebih 4 tahun sejak munculnya pertama kali, bangunan mulai terlihat, dengan kembalinya pemerintah kota kembali dengan ketetapan yang baru. Menjadikan pasar pannampu sebagai tempat yang layak untuk para pedagang untuk beraktivitas sehari-hari. Pasar Inpresnya sendiri saat ini direnovasi, sebagaian besar lods-lods (kios kecil) di pasar inpresnya berjumlah 400-500. Bahkan, pasar pannampu terletak di koordinat strategis untuk investasi di utara Makassar. Letaknya yang berada di sisi jalan besar yang menghubungkan Makassar dan Maros, juga kelengkapan infrastrukturnya; terminal, pom bensin, sekolah, pekuburan, dll ada di area ini, dan posisinya sebagai ibukota kecamatan Tallo.

Kantor PD Pasar telah mendaftarkan Pasar Pannampu pada awal Memasuki tahun 2000-an kini semakin membaik dan sudah terlihat adanya perkembangan dari tahun ke tahun. Meskipun kondisi Pasar Pannampu saat ini dalam keadaan membutuhkan perbaikan. Hingga saat ini segala permasalahan yang terjadi di pasar pannampu sudah di kendalikan dan berada dibawah tanggung jawab oleh kantor PD Pasar Makassar.

## 2. Kondisi Pasar

Pasar pannampu merupakan salah satu pasar di Makassar yang sampai sekarang tetap beraktivitas, dari penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa jenis barang dijual hampir sama antara pedagang satu dengan pedagang lain yaitu pedagang ayam, pedagang sayur-mayur, pedagang ikan, pedagang pecah belah, pedagang pakaian sampai pedagang campuran. Berdasarkan data hingga akhir tahun 2015 jumlah pedagang pasar sebesar, sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Jenis Barang dan Jumlah Penjual**

No.	Jenis Jualan	Jumlah Pedagang	Persen (%)
1.	Sayur-Mayur	13	11,11
2.	Pakaian	41	30,37
3.	Ayam Potong	11	8,14
4.	Ikan	18	13,33
5.	Pecah Belah	11	8,14
6.	Campuran	39	28,88
	<b>Jumlah</b>	135	100

Sumber: PD. Pasar Pannampu

Pada Tabel 4.1. dapat di lihat bahwa jumlah pedagang dengan jenis jualan di tahun 2015 mengalami penurunan secara konsisten dari 256 pedagang menjadi 135 pedagang. Dalam kurun waktu tersebut, jumlah penduduk mengalami penurunan sebab kondisi lods yang tua dan rapuh ditambah beberapa pedagang berhenti memproduksi. Karena, umur dan daya ingat para pedagang menurun yang menjadi alasan untuk tidak berjualan.

Jika dilihat dari komposisi penduduk menurut jumlah pedagang, jumlah pedagang di pasar pannampu didominasi oleh pedagang pakaian. Pada Tabel

4.2. dapat di lihat bahwa di pasar pannampu pedagang pakaian yang masih tetap aktif dalam berdagang (87,23%), dan ternyata jumlah pedagang sampai tahun 2015 terus mengalami penurunan hingga pada tahun 2015 menjadi 54,06%. Sedangkan jumlah pedagang yang tidak aktif hingga 2015 45,93%, akan tetapi jumlah para pedagang masih lebih aktif dibandingkan dengan tidak aktif. Secara rinci perbandingan antara jumlah pedagang yang aktif dengan pedagang yang tidak aktif dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Jumlah Pedagang yang Aktif dan Tidak Aktif**

No	Jenis Jualan	Aktif (Pedagang)	Persen (%)	Tidak Aktif (204)	Persen (%)
1.	Sayur-Mayur	13	86,66	2	13,33
2.	Pakaian	41	87,23	46	52,87
3.	Ayam Potong	11	61,11	7	38,88
4.	Ikan	18	78,26	5	21,73
5.	Pecah Belah	11	40,74	16	59,25
6.	Campuran	39	51,31	37	48,68
	<b>Jumlah</b>	133	54,06	113	45,93

Sumber: PD. Pasar Pannampu

### 3. Visi dan Misi Pasar Pannampu

#### a. Visi PD. Pasar Pannampu

Menjadikan pasar tradisional dan modern sebagai sarana unggulan penggerak perekonomian rakyat dalam mendukung kota makassar menuju kota dunia berdasarkan kearifan lokal.

#### b. Misi PD. Pasar Pannampu

- 1) Menyediakan pasar tradisional dan modern yang bersih, nyaman, dan berwawasan lingkungan (Pasar Sehat).



- 2) Menyediakan dan membangun human capital yang berkualitas profesional dan memiliki integritas tinggi.
- 3) Melaksanakan manajemen pengelolah pasar sesuai dengan prinsip *Customer Excellent* (Pelayanan Terbaik).

#### ***B. Implementasi Nilai Itsar Membangun Konsep Harga Jual***

Pasar tradisional tidak menjadi sarana pemenuhan kebutuhan ekonomi semata, melainkan sebuah ruang yang memungkinkan masyarakat untuk berinteraksi sehingga hubungan sosial bahkan emosional dapat terjalin. Di pasar tidak ada lagi budaya tertentu yang mendominasi karena mereka merasa telah menyatu dalam budaya pasar. Perbedaan karakter manusia dalam interaksi di pasar tidak menjadi hambatan yang begitu berarti dalam harmoni. Tidak ada strata sosial yang lebih tinggi ataupun lebih rendah di antara perbedaan itu.

Senada dengan pendapat Malano (2011) mengatakan bahwa pasar tradisional tidak semata sebagai tempat penjual menawarkan barang dagangannya atau sebagai tempat pembeli memenuhi kebutuhannya, namun pasar juga menjadi ruang bagi masyarakat khususnya masyarakat menengah ke bawah untuk berbagi informasi, kondisi ini sangat memungkinkan terjadi dalam pasar karena di dalamnya terdapat interaksi yang intensif. Pasar tradisional ketika interaksi di pasar menghasilkan suatu relasi di luar relasi bisnis. Hubungan yang terjalin begitu lama antara pembeli dan penjual tidaklah bersifat temporer (hanya terjadi di pasar saja) melainkan juga di luar pasar.

Hal ini berbeda dengan pasar modern dimana yang terjadi justru interaksi langsung diminimalkan lalu tersubstitusi menjadi pembentukan harga mati, yang menjadi strategi dalam mendatangkan pembeli adalah varian permainan harga, potongan harga, diskon, ataupun dengan undian. Hal ini semakin memperjelas bahwa pasar modern memenuhi kebutuhan manusia dalam dimensi ekonomi saja, oleh karenanya sangat wajar apabila nilai yang dibawahnya sangat impersonal. Maka dari ini nilai *itsar* yang terkandung dalam transaksi bisnis dan interaksi para pedagang pasar.

### **1. Sistem Perdagangan yang Diterapkan dalam Pembentukan Harga**

Setiap penjual atau pedagang pasti menginginkan keuntungan yang besar dari barang dagangannya, pada umumnya dalam sebuah pasar tradisional, penjual tidak akan dapat menaikkan harga secara individu, karena jika barang yang dijual sama namun dengan harga yang berbeda dari satu pedagang ke pedagang yang lain, maka pembeli pasti akan membeli barang di tempat yang lebih murah. Namun hal ini tidak terjadi di Pasar Pannampu yang mempunyai pemasok yang berbeda, hal ini diungkapkan oleh Ibu Madinah yang menjual Alat rumah tangga.

Harga pada setiap toko dapat diketahui dari ibu Madinah ketika ditanyakan mengenai harga yang ada di setiap pasar Pannampu

“Setiap pedagang masing-masing pemasoknya berbeda-beda, barangnya ambil sendiri-sendiri, kalau ada yang murah ya ambil murah, tapi tidak pernah jauh harga, sedikit perbedaannya”.

Dari penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa harga yang ada di setiap pasar ditetapkan oleh masing-masing penjual, tetapi itupun tidak jauh perbedaannya.

Barang di pasar tersebut tetap laku karena terdapat pembeli yang selalu membeli (langganan), serta adanya strategi khusus yang membedakan pedagang satu dengan pedagang yang lain.

Salah satu pedagang abustam menjelaskan bahwa harga barang dagangan memang berbeda-beda, tetapi jarak perbedaan harga tidak pernah jauh.

“Seperti saya pedagang ayam, disebelahku juga pedagang ayam saya jual ayam disini Rp. 35.000 tetapi disebelah, Rp.30.000 kalau ada yang menawar saya kasih”.

Penuturan Abustam di atas menjelaskan bahwa Abustam mengambil keuntungan sekitar 25% hingga 30% dari harga pokoknya, namun saat ada pembeli yang aktif menawar, Abustam mengaku akan melepaskan barang dagangannya meskipun keuntungan yang diperolehnya tidak seberapa, dalam hal ini merupakan strategi penjualan dalam menambah pelanggan.

Tujuan bisnis yakni untuk mencari keuntungan, pedagang pasar tradisional pannampu pun memiliki tujuan yang sama. Bagaimana mereka memaknai keuntungan akan terwujud dalam perilaku mereka dalam menjual, perilaku ini tercermin dari nilai persaudaraan pedagang. Dialog antara pembeli dan informan bernama Dg. Lauw, yang menjual ikan di pasar pannampu. Peneliti ikut berpartisipasi dengan informan yang berjualan di pasar, dan menyimak proses tawar menawar mereka.

Pembeli	: “Mas, harga ikan ini berapa?”
Dg. Lauw	: “Rp 35.000”.
Pembeli	: “Bisa Rp 25.000 ? Kalau bisa saya ambil semua ini ikan”.
Dg. Lauw	: “Iya. silahkan bu”.

Ungkapan pedagang mengenai penawaran terhadap percakapan di atas yaitu:

Saya : “Kenapa kita terima tawarannya pembeli tadi?”  
 Dg. Lauw : “Karena cara menawarnya ramah, setiap belanja pasti disini, baru dia membeli semua jadi sekalian penghabisan”.

Ungkapan Dg. Lauw di atas menggambarkan bahwa persaudaraan dalam proses tawar menawar turut serta dalam mempengaruhi penetapan harga. Penjual tidak hanya memperhitungkan besarnya pendapatan yang akan diterima ketika menetapkan harga jual, namun variabel seperti keramahan pembeli dianggap oleh penjual sebagai sesuatu yang harus dihargai meskipun mengurangi keuntungan yang diharapkan.

Demikian juga senada dengan pernyataan yang diberikan oleh pedagang lain yang mengatakan sebagai berikut:

“Pada saat saya beli barang ke orang lain untuk saya jual, saya jual dulu, setelah selesai saya jual baru saya bayar. Kalaupun tidak laku barang tersebut dijual sesuai harga pokok”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa walaupun pada kenyataannya hubungan pedagang bersifat transaksi jual beli secara tunai, namun adakalanya mereka melakukan secara hutang. Karena dalam hal ini hubungan yang baik antar pedagang lebih diutamakan. Selain itu, para pedagang mengetahui setiap jualannya yang hampir kadaluwarsa, maka dari itu sebelum kadaluwarsa mereka menjual sesuai dengan harga jual.

Hope-Pelled, *et al.* (1999) juga mengemukakan bahwa keragaman kelompok kerja yang terbentuk mempengaruhi hubungan sosial yang dibangun pada anggota kelompok. Keragaman yang terbangun pada pasar pannampu antar pedagang dengan pembeli menciptakan suatu kerja sama dalam ikatan kepercayaan antar mereka. Hal

ini membawa pada suatu ikatan yang saling menguntungkan dan berkontribusi terhadap berkelanjutan suatu transaksi dari waktu ke waktu.

Dalam pasar tradisional persaudaraan bisa mempengaruhi penetapan harga, karena dalam hal ini penjual lebih memilih untuk memberikan apa yang diinginkan pembeli karena sebagai imbalannya ada sikap persaudaraan yang terjalin, itu artinya lebih mementingkan hubungan sosial yang harmonis dibanding dengan imbalan hasil (pendapatan) yang lebih tinggi.

## **2. Pembeli Aktif dan Pembeli Pasif Menawar**

Keberadaan pembeli sangat diharapkan oleh semua penjual. Keaktifan pembeli dalam menawar, maka terdapat dua tipe pembeli yaitu pembeli yang aktif menawar dan pembeli yang tidak menawar atau pasif. Pada dasarnya setiap pembeli pasti ingin mendapatkan barang dengan harga yang murah, setiap pembeli juga memiliki cara menawar tersendiri agar penjual mau menurunkan harganya.

Berikut penuturan ibu miati saat ditanya apakah ibu miati menawar saat membeli di pasar pannampu.

“Kadang menawar, kadang juga tidak, kalau sudah murah bagi yah tidak nawar”.

Dari penuturan ibu Miati di atas dapat diketahui bahwa pembeli telah memiliki informasi mengenai harga-harga di pasar sehingga pembeli dapat menyimpulkan apakah harga yang ditawarkan penjual pantas atau terlalu mahal, namun ketika ibu Miati ditanya kembali mengenai harga yang tidak ditawar tersebut ternyata harga yang mahal,

“Pernah dapat kejadian seperti itu, tapi mau bagaimana,, rejekinya penjual kali yaa..”

Menurut ibu Miati, hal tersebut tidak masalah karena setiap penjual pasti mencari untung, dari percakapan ibu Miati dapat ditarik kesimpulan bahwa ibu Miati merupakan pembeli yang pasif menawar.

Sedangkan ibu Emi memberikan pernyataan berbeda sebagai berikut:

“Biasanya kalau saya tahu barang yang dijual terlalu mahal, saya tawar sampai biasa pura-pura pergi, atau kalau liat jual ikan, itu ikan sisa itu saya beli sampai abis baru saya tawar”.

Merupakan proses tawar menawar antara penjual dan pembeli menuju kepada keseimbangan harga. pembeli yang aktif menawar, setiap barang yang dibeli satu-persatu ditawarkan harganya sehingga mendapat harga terendah dari setiap barang, setelah seluruh pembeliannya dijumlahkan, pembeli ini menawar kembali untuk mendapatkan harga yang lebih murah lagi. Sementara itu penjual yang sudah memberikan harga rendah kepada pembeli yang terus menawar, memiliki sebuah strategi agar harga yang diberikannya dapat diterima oleh pembeli yaitu dengan memberikan bonus.

Pasar tradisional memandang pembeli dan penjual sebagai mitra kerja. Tracy (2006) menyatakan kerja sama dapat meningkatkan komunikasi di dalam dan diantara bagian-bagian perusahaan. Pernyataan tersebut diperkuat Dewi (2007) kerja sama yang terjadi saling ketergantungan yang kuat satu sama lain untuk mencapai sebuah tujuan atau menyelesaikan sebuah tugas. Kerja sama yang terjadi di pasar pannaampu tercermin dalam bentuk menitip barang jualan kepada pedagang lain ketika hendak

mengerjakan tugas lain, misalnya sholat, pergi ke tempat berjualan ditempat lain, ke toilet, dan urusan-urusan lainnya. Pedagang yang diserahkan amanah tidak sungkan-sungkan membantu menjualkan barang dagangan, pedagang yang menitip barangnya memberikan balas jasa berupa barang kepada pedagang yang disertai tanggung jawab. Walaupun, sesama antar pedagang tidak pernah meminta balasan apapun.

Tidak hanya itu, para pedagang ibarat satu keluarga besar. Saling memberi adalah salah satu ciri khas, terkhusus bagi para pedagang, hasil pertanian, misalnya, umbi-umbian, sayur-sayuran, bahkan buah-buahan. Hal ini sesuai dengan percakapan pedagang sayuran antar pedagang lain sebagai berikut:

H. Mansyur : “Lagi apa? Ini ada ayam saya bawah”.

Dg. Nurli : “Iya silahkan masuk, ini pak lagi kerja sayur. Mari makan pak, tidak usah malu-malu.”

H. Mansyur : “Iya Dg. Terimah kasih panggilannya. Soalnya lagi buru-burukah, karena tidak jaga jualan”.

Dari dialog di atas tersirat ada perasaan sungkan, hal ini memiliki makna bahwa terdapat saling pengertian di antara pedagang. Sebab, H, Mansyur selaku pedagang yang memberikan ayam secara cuma-cuma ke pedagang lain dikarenakan memperoleh rejeki yang lebih dalam sehari, sedangkan Dg Nurli merespon H, Mansyur dengan menawarkan makanan. Hal ini mencerminkan sikap antar pedagang di pasar pannampu yang saling berbagi antara satu sama lain.

Peneliti juga berpartisipasi aktif dalam proses jual beli di pasar tradisional pannampu dengan cara peneliti tidak hanya menangkap ungkapan-ungkapan *verbal* atau *non verbal* para pedagang dan pembeli, namun juga dapat melihat secara langsung bagaimana bahasa tubuh mereka yang tentu juga mengandung makna.



Perlu diketahui yang merupakan nilai *itsar* adalah keimanan yang teguh dan kuat sebab perilaku ini selain tanpa pamrih, juga tidak diniatkan untuk mengejar kepuasan diri sendiri (puas karena merasa telah berbuat sesuatu untuk orang lain). Kepribadian *itsar* (altruis) memiliki akar dan landasan yang kuat dalam islam terdapat pada Q.S. Al-Hasyr/59:9.

Dalam Al Quran Allah SWT menyatakan dengan tegas bahwa :

وَالَّذِينَ تَبَوَّءُوا الدَّارَ وَالْإِيمَانَ مِنْ قَبْلِهِمْ يُحِبُّونَ مَنْ هَاجَرَ إِلَيْهِمْ وَلَا يَجِدُونَ فِي صُدُورِهِمْ حَاجَةً مِّمَّا أُوتُوا وَيُؤْثِرُونَ عَلَىٰ أَنْفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ وَمَنْ يُوقِ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿٩﴾

Terjemahnya:

dan orang-orang yang telah menempati kota Madinah dan telah beriman (Anshor) sebelum (kedatangan mereka (Muhajirin)). Mereka mencintai orang-orang yang berhijrah kepada mereka. Dan mereka tiada menaruh keinginan dalam hati mereka terhadap apa-apa yang diberikan kepada mereka (orang Muhajirin); dan mereka mengutamakan (orang-orang muhajirin), atas diri mereka sendiri, sekalipun mereka dalam kesusahan dan siapa yang dipelihara dari kekikiran dirinya, mereka itulah orang-orang yang beruntung. (Q.S. Al-Hasyr:9).

Ayat di atas menjelaskan bahwa seseorang yang mempunyai Al-itsar, tidak mengharap apapun dari orang lain dan akan mendapatkan keutamaan-keutamaan diantaranya yaitu dicintai oleh Allah Ta'ala, dicintai oleh manusia, memudahkan urusannya didunia dan dilepaskan dari kesusahan di akhirat, dan menumbuhkan ikatan yang erat antar sesama muslim atau *non muslim*. Oleh karenanya, nilai-nilai tersebut adalah sebagai berikut:

#### a. Persaudaraan

Persaudaraan adalah ikatan psikologis, ikatan spiritual, ikatan kemanusiaan yang tumbuh dan berkembang amat dalam hati nurani setiap individu, melekat dan akhirnya menjadi satu kesatuan dalam berpikir, bersikap, dan bertindak, ikatan persaudaraan muncul karena kesamaan iman, kesamaan pola pikir, dan kesamaan cita-cita dan harapan dalam hidup bermasyarakat. Setelah harga jual atas produk ditetapkan, transaksi jual beli berlangsung, pembeli akan membeli barang sesuai dengan harga yang ditetapkan. Nilai persaudaraan berperan ketika terjadi kondisi pembeli membutuhkan barang tersebut namun kemampuannya untuk membeli tidak mencukupi, sehingga harga jual yang terealisasi akan berbeda dari harga jual yang ditetapkan sebelumnya dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran, dengan demikian Gaffar (2012) mengatakan persaudaraan mengandung makna kesadaran, rasa tanggung jawab, solidaritas untuk saling membantu atas dasar kebersamaan sebagai manusia, sebagai makhluk ciptaan Tuhan.

Alimuddin (2013:27) mengatakan bahwa sifat ini sebagai tanda nilai yang terjalin antara sesama makhluk ciptaan-Nya, dan juga sebagai tanda bahwa setiap muslim dengan muslim yang lain adalah bersaudara. Persaudaraan para pedagang tercermin ketika mereka saling bekerja sama dalam mencari modal usaha, bagaimana saling membantu antara pedagang satu dengan pedagang lainnya dengan menjaga barang dagangan penjual lainnya, bagaimana saling mendukung, dengan saling berbagai baik bagi pedagang maupun pembeli.

Penentu harga jual di Pasar Pannampu sesuai dengan harga perolehan ditambah harga pokok yang telah ditetapkan. Akan tetapi, harga jual tidak selamanya terpaku pada harga perolehan ditambah harga pokok. Menurut pengamatan peneliti, sebenarnya harga jual barang dagangan sudah ditentukan sebelumnya, sejak pembelian barang dagangan dari supplier, dan harga yang ditetapkan juga sudah terhitung murah dan harga sudah disesuaikan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan, tetapi terkadang ketika pembeli datang dan membeli barang, tetap saja para pembeli meminta diskon atau potongan harga padahal di pasar Pannampu sendiri tidak mengambil keuntungan yang banyak. Untuk mitra yang memiliki hubungan kekerabatan, kurang mampu dari segi ekonomi, atau pelanggan yang telah lama bermitra biasanya diberi perlakuan khusus dalam potongan harga, nilai persaudaraan tidak hanya terwujud dalam relasi antar pedagang, namun kepada pembeli pun tetap mereka terapkan nilai tersebut.

Perilaku di atas senada dengan nilai-nilai islam yang terdapat dalam anjuran Nabi Muhammad SAW sebagaimana yang diriwayatkan oleh Al-Bukhari:

“Barang siapa mengharap dimudahkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia menjalin hubungan silaturahmi.”

Hal ini sesuai dengan Al Quran Allah SWT menyatakan dengan tegas Q.S An-nisa/4:29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan (tijarah) yang berlaku dengan suka sama suka (saling ridha) di antara kamu. (Q.S An'nisa:29)

Nilai persaudaraan bagi para pedagang merupakan satu kesatuan antara mereka dan sebuah modal utama bagi mereka yang saling menjaga. Dengan adanya nilai persaudaraan antara pedagang dengan pembeli, ataupun pedagang dengan pedagang lainnya maka nilai persaudaraan akan terjalin dengan baik. menunjukkan bahwa dalam bisnis tidak selalu mencari keuntungan saja sebagai tujuan. Tapi lebih dari itu, bagaimana bisnis yang dijalankan dapat memberi manfaat untuk orang lain.

#### b. Kejujuran

Kejujuran merupakan pondasi awal dalam bisnis berdagang. Maraknya kasus penipuan atau pengurangan timbangan, serta tidak adanya harga yang transparan menimbulkan kerugian pada konsumen. Kejujuran menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat, baik kalangan muda ataupun kalangan tua wajib memiliki sifat jujur. Segala amal ibadah semuanya tergantung pada niat. Jika niat untuk menjual produk telah ditetapkan sesuai dengan harga jual yang selama ini maka seharusnya harga jual tidak perlu dinaikkan meskipun harga di pasaran telah mengalami kenaikan.

Kepribadian seseorang yang jujur akan memberikan dampak yang positif, informasi yang tepat, pelaksanaan kegiatan berlangsung dengan lancar. Kejujuran pada pedagang dalam transaksi jual beli juga merupakan hal yang penting.

Nilai kejujuran tersebut merupakan hal yang penting dalam penerapan nilai *itsar* (religius) Keberkahan usaha merupakan kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridai oleh Allah swt. Untuk memperoleh keberkahan dalam jual-beli, Islam mengajarkan prinsip-prinsip nilai sebagai berikut:

- 1). Jujur dalam menakar dan menimbang.
- 2). Menjual barang yang halal.
- 3). Menjual barang yang baik mutunya.
- 4). Tidak menyembunyikan cacat barang.
- 5). Tidak melakukan sumpah palsu.
- 6). Longgar dan murah hati.
- 7). Tidak menyaingi penjual lain.
- 8). Tidak melakukan riba.
- 9). Mengeluarkan zakat bila telah sampai nisab dan haulnya.

Prinsip-prinsip tersebut diajarkan Islam untuk diterapkan dalam kehidupan di dunia pedagang yang memungkinkan untuk memperoleh keberkahan usaha. Keberkahan usaha berarti memperoleh keuntungan dunia dan akhirat. Keuntungan di dunia berupa relasi yang baik dan menyenangkan, sedangkan keuntungan akhirat berupa nilai ibadah karena perdagangan yang dilakukan dengan jujur.

Pedagang yang melakukan sikap kecurangan menimbulkan perselisihan antara pedagang dengan pedagang ataupun pedagang dengan pembeli, karena jika melakukan hal tersebut berarti mengurangi keuntungan dan dijauhi dari keberkahan

oleh Allah SWT. Nilai kejujuran merupakan cara terbaik dalam melakukan transaksi.

Dalam Al Quran Allah SWT menyatakan dengan tegas bahwa :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٢٥﴾

Terjemahnya:

dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.

Dengan demikian ayat tersebut menekankan pada pentingnya kejujuran dalam menakar dan menimbang pada saat melakukan transaksi perdagangan sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Jumlah pengunjung yang datang membeli cukup banyak setiap hari, namun harga jual barang yang ditawarkan oleh pasar Pannampu tetap sama dengan harga yang telah ditetapkan sebelumnya, tanpa menaikkan harga seperti yang dilakukan oleh produsen konvensional lainnya, sesuai dengan prinsip ekonomi yang berlaku umum, yaitu semakin banyak kuantitas barang yang diminta oleh pembeli maka semakin tinggi harga ditawarkan oleh produsen. Tanpa dipengaruhi oleh harga jual pasar di luar.

c. Syukur

Setiap pelaku bisnis pasti menginginkan keuntungan sebagai timbal balik kegiatan usahanya, apalagi para pedagang pun menginginkan hal yang serupa. Dalam aktivitas sehari-hari di pasar tradisional justru mendapat transaksi-transaksi yang tidak hanya mendapatkan keuntungan materil saja tetapi persaudaraan, kebersamaan, dan saling ramah terhadap pelanggan yang dijunjung tinggi. Misalnya dalam

pengurangan harga barang untuk pembeli yang memiliki hubungan khusus dengan pedagang.

Syukur suatu sifat yang penuh kebaikan dan rasa menghormati serta mengagungkan atas segala nikmat-Nya, baik diekspresikan dengan lisan, dimantapkan dengan hati maupun dilaksanakan melalui perbuatan. Hal ini terdapat pada Q.S Al Furqan/25:62.

Dalam Al Quran Allah SWT menyatakan dengan tegas bahwa:

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ خِلْفَةً لِّمَنۢ أَرَادَ أَن يَذَّكَّرَ أَوْ أَرَادَ شُكُورًا ﴿٦٢﴾

Terjemahnya:

dan Dia (pula) yang menjadikan malam dan siang silih berganti bagi orang yang ingin mengambil pelajaran atau orang yang ingin bersyukur. (Q.S. Al Furqan:62).

Ayat ini ada hubungannya bahwa Allah telah membeberkan beberapa beberapa tanda-tanda kebesaran dan bukti yang ada di dalam alam yang membuktikan kekuasaan dan kebijaksanaan-Nya. Bersyukur bukan tentang nikmat yang diberikan, tapi bersyukur kepada pemberi nikmat itu sendiri. Kita memberikan kegembiraan kita kepada pemberi nikmat akan nikmat tsbt.

Aktivitas pedagang di pasar tradisional memilki sifat sendiri bahwa mereka tidak hanya mengandung materi, melainkan perbuatan baik wujud dari keuntungan bagi pedagang. Islam juga tidak menghendaki umatnya untuk mendapatkan kekayaan dengan mengorbankan orang lain. Menurut Alimuddin, keuntungan yang adil tidak



hanya diperuntukkan untuk memenuhi kebutuhan dasar hidup (makan, sandang, pendidikan, perumahan), kebutuhan akhirat (haji, umrah, qurban), tetapi juga menjalankan hubungan yang harmonis dengan lingkungan sekitar di mana usaha beroperasi. Dengan memasukkan unsur-unsur tersebut sebagai komponen harga jual dalam keuntungan akan menciptakan pembangunan yang berkesinambungan.

Perilaku pedagang menggambarkan rasa syukur mereka atas keuntungan yang diterima, baik itu banyak maupun sedikit asal pembeli puas dengan hasil dagang yang mereka jualkan itu. Sesama pedagang pun juga begitu tidak pernah ada kata iri walaupun pedagang lain memiliki langganan yang lebih banyak. Wujud dari semua itu adalah rasa syukur yang dimiliki karena masing-masing orang sudah diatur oleh Allah SWT.

#### d. Peduli

Peduli sebagai pencapaian terhadap sesuatu diluar dari dirinya sendiri. Peduli juga sering dihubungkan dengan kehangatan, positif, penuh makna, dan hubungan (Phillips, 2007). Swanson (1991) mendefinisikan kepedulian sebagai salah satu cara untuk memelihara hubungan dengan orang lain, dimana orang lain merasakan komitmen dan tanggung jawab pribadi. Noddings (2002) menyebutkan bahwa ketika kita peduli dengan orang lain, maka kita akan merespon positif apa yang dibutuhkan oleh orang lain dan mengeksresikannya menjadi sebuah tindakan. Orang yang mengutamakan kebutuhan dan perasaan orang lain daripada kepentingannya sendiri adalah orang yang peduli. Orang yang peduli tidak akan

menyakiti perasaan orang lain. Mereka selalu berusaha untuk menghargai, berbuat baik, dan membuat yang lain senang. Banyak nilai yang merupakan bagian dari kepedulian, seperti kebaikan, dermawan, perhatian, membantu, dan rasa kasihan. Kepedulian juga bukan merupakan hal yang dilakukan karena mengharapkan sesuatu sebagai imbalan.

Kepedulian dipengaruhi oleh beberapa faktor Strategi yang dapat dilakukan dalam pasar Pannampu kebebasan konsumen menyatakan bahwa konsumen sendirilah yang membuat keputusan terbaik tentang bagaimana ia membelanjakan uangnya. Hal ini berarti peran konsumen menjadi suatu hal yang esensial. Konsumen mengambil keputusan pembelian berdasarkan pengetahuan yang penuh atas biaya dan manfaat dari keputusan yang diambil, (Sarah Barber *et al*, 2008). Termasuk dalam hal ini adalah kepedulian konsumen atas dampak yang akan ditimbulkan dari hasil mengonsumsi produk terhadap lingkungan sekitar. Akibatnya konsumen peduli lingkungan menjadi tren baru di pasar karena konsumen semakin cerdas, sadar akan hak dan kewajibannya.

Berdasarkan hasil dari proses pengumpulan data, terdapat ungkapan-ungkapan pedagang yang menurut peneliti mengandung nilai. Berikut adalah pengelompokannya.

**Tabel 4.3**  
**Kategorisasi Data**

<b>Data</b>	<b>Bentuk Ungkapan</b>	<b>Tema</b>
<p>“Seperti saya pedagang ayam, disebelahku juga pedagang ayam saya jual ayam disini Rp. 35.000 tetapi disebelah, Rp.30.000 kalau ada yang menawar saya kasih”.</p>	<p>Mengambil keuntungan sekitar 25% hingga 30% dari harga pokoknya, namun saat ada pembeli yang aktif menawar, mengaku akan melepaskan barang dagangannya meskipun keuntungan yang diperolehnya tidak seberapa, dalam hal ini merupakan strategi penjualan dalam menambah pelanggan. Tujuan bisnis yakni untuk mencari keuntungan, pedagang pasar tradisional pannaampu pun memiliki tujuan yang sama. Bagaimana mereka memaknai keuntungan akan terwujud dalam perilaku mereka dalam menjual.</p>	<p><b>Persaudaraan</b></p>
<p>“Asal pembeli ramah, tidak ada barang yang rusak, sesuai apa yang na'minta, sesuai timbangannya juga. Karena kalau begitu pasti datang trus ditematta' enak meki toh dapatki lagi langganan”.</p>	<p>Harga jual barang-barang yang diperdagangkan di hampir keseluruhannya diberikan potongan harga. Pemberian potongan ini diberikan karena pribadi dan kebiasaan orang-orang Makassar yang suka menawar, dapat dikatakan bahwa jujur yang dilakukan oleh beberapa pedagang berbeda-beda,</p>	<p><b>Kejujuran</b></p>

	<p>memberikan sikap kejujuran kepada orang terkhusus seperti keluarga, langganan, dan termasuk pembeli yang ramah. Memiliki sifat jujur adalah modal dalam menjual, bertransaksi seperti ini dalam jangka pendek memang tidak mencerminkan keuntungan ekonomi bagi para pedagang, namun dalam jangka panjang akan memupuk loyalitas pelanggan/pembeli yang pada akhirnya meningkatkan penjualan atau paling tidak menstabilkan tingkat pendapatan pedagang.</p>	
<p>“Asal ada sediki’ pembeli makan, na pake anak-anak balanja.”</p> <p>“berapa-berapa nah kasihka.”</p>	<p>Pedagang pasar tidak memperhitungkan keuntungan finansial semata, pedagang menganggap bahwa berbuat kebaikan (sedekah) juga merupakan keuntungan dengan definisi yang berbeda. Pedagang menganggap pembeli merupakan pertemuan bagian dari keuntungan atau kekayaan beliau.</p>	<b>Syukur</b>
<p>“Biasanya kalau beli pakaian disini, apalagi kalau sudah jadi langganan saya kasih bonus, biasanya kalau ada anak kecil saya kasih balon, atau untuk ibu-</p>	<p>Strategi pemberian bonus dapat menarik pembeli sehingga saat pembeli ini memerlukan sesuatu, maka pembeli tersebut menjadi langganan atau kembali ke toko yang</p>	<b>Peduli</b>

ibunya sarung tangan”.	sama berharap mendapatkan bonus kembali. Ini bentuk bahwa pedagang sangat memperdulikan pembeli dan menganggap pembeli adalah tamu kehormatan.	
------------------------	--	--

*Sumber: Data Olahan Peneliti*

### ***C. Membangun Konsep Harga Jual dengan Nilai Itsar***

Penerapan akuntansi terlebih dahulu harus diingat konsep harga jual, Dariati (2012:3) menyatakan suatu transaksi perdagangan atau jual beli Islam mengajarkan bahwa keuntungan yang diperoleh harus jelas dan tidak merugikan penjual dan pembeli. Terkait dengan harga jual, memang tidak ada batasan yang jelas dan mengakar dalam penentuan nominalnya. Penentuan harga jual harus dikembalikan kepada mekanisme pasar yang sehat, dengan asumsi bahwa tidak terjadi perilaku-perilaku zalim di dalamnya, seperti riba, maysir, gharar, ihtikar, tadlis, bai' najsy, risywah, dan perilaku-perilaku pasar lainnya yang tidak diridhai Allah SWT. Pasar tradisional yang sehat adalah segala bentuk interaksi pasar, baik antara penjual dan pembeli, penentuan harga, dan lain sebagainya, yang menjunjung tinggi nilai *itsar* yaitu persaudaraan, kejujuran, syukur, dan peduli sesama orang lain yang diridhai Allah SWT.

Mekanisme pasar yang baik dan sehat inilah yang menjadi tujuan dari sistem ekonomi Islam di mana penjual dan pembeli sama-sama ditunaikan haknya dan tidak ada yang dizhalimi. Oleh sebab itu, Islam mengajarkan agar setiap muslim bekerja keras untuk meraih kejayaan di dunia sebagai jembatan menuju akhirat. Islam

mewajibkan bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, seperti makan, minum, pakaian, dan kebutuhan lainnya. Untuk memenuhi semua itu, kita diperintahkan untuk bekerja dan salah satu bentuk kerja yaitu dengan berbisnis/berdagang. Seperti yang dijelaskan dalam sebuah hadist, “hendaklah kalian berdagang karena berdagang merupakan sembilan dari sepuluh pintu rezeki”.

Standar yang jelas tentang memperoleh laba atau keuntungan, sehingga pedagang bebas menentukan laba yang diinginkan dari suatu barang. Namun, terkadang seseorang lupa akan etika jual-beli, sehingga memiliki kecenderungan untuk meraup keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa memperhatikan pihak konsumen. Padahal tujuan jual-beli sesungguhnya bukan semata-mata murni mencari keuntungan atau laba. Keinginan untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya akan berdampak pada kecenderungan pedagang atau berbuat negatif serta berbohong, menipu, dan lain-lain. Hal ini tentu sangat dilarang oleh Islam.

Penentuan besarnya margin dan harga oleh pihak pedagang pasar Pannampu tidak dilakukan tanpa dasar yang jelas. Penetapan margin dan harga jual barang tentunya turut dipengaruhi oleh biaya-biaya lainnya seperti biaya pengiriman, gaji karyawan, biaya barang rusak, dan lain sebagainya. Pembahasan yang coba diangkat oleh peneliti terkait harga jual ini adalah *non materil* yang juga turut menjadi bahan pertimbangan pasar Pannampu dalam menentukan berapa keuntungannya. Beberapa faktor-faktor tertentu menjadi pertimbangan dalam

menetapkan nominal harga tersebut, terlepas apakah yang menjadi faktor penentu harga secara langsung atau tidak.

### **1. Nilai Persaudaraan : Kekuatan dalam Penetapan Harga**

Aktivitas berjualan tidak hanya terkait dengan aspek penciptaan keuntungan yang bersifat materi semata, namun dibalik itu juga hadir *non* materi. Sehubungan dengan hal tersebut di uraikan nilai persaudaraan yang ditemukan dalam menetapkan harga jual. Terkait dengan proses-proses tersebut, nilai-nilai yang diterapkan di pasar tradisional pannaampu bahwa interaksi yang dilakukan oleh pasar pannaampu mengandung nilai Persaudaraan.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Dg. Lauw sebagai berikut:

“Harga di pasar sini semuanya menyatu, sama semua pedagang. Dari pedagang yang berjualan ikan, sayur, pakaian sampai dengan pedagang yang menjual campuran. Harga yang dijual, rata semua tergantung dari jenis jualannya, dan masyarakat ini sudah sangat memaklumi. Jadi kalau misalnya, pedagang yang berjualan ikan harganya sekitar Rp.10.000,- atau Rp.80.000,- saja. Maka pedagang yang menjual ikan sejenis akan memperlakukan harga yang sama. Mereka saling menghormati satu sama lain.”

Dari kutipan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan tentang adanya kebersamaan dalam menetapkan harga jual, para pedagang mentradisikan keseragaman harga (menyatu) terhadap barang yang dijualnya. Hasil wawancara dan hasil pengamatan peneliti, biasanya harga ikan yang dijual pedagang berkisar Rp.10.000,- atau Rp.80.000,- per tempat. Tradisi kebersamaan juga berlaku untuk sayur-sayuran ataupun jualan lainnya.



Uraian di atas memberikan pemahaman bahwa para pedagang, apa pun yang dikerjakan secara lahiriah merupakan perwujudan dari apa yang bersemayam dalam sikap batin mereka. Dalam pasar tradisional Pannampu yang akan membawa mereka pada nilai integritas yang tinggi antar satu dengan lainnya. Kehidupan persaudaraan dalam keberagaman yang terimplementasikan dalam aktivitas berjualan merupakan pengetahuan dan keyakinan yang dimiliki, sehingga mereka benar-benar memiliki penghayatan yang tinggi atas seluruh aktivitas yang dilakukan termasuk didalamnya pada penentuan harga jual. Interaksi tersebut terpola antar sesama pedagang, pemasok maupun kepada para pembelinya. Aktivitas di pasar tradisional khususnya Pannampu sangat menjunjung tinggi nilai persaudaraan dan empati yang kuat.

Peneliti mendapati bahwa seringkali penjual menggunakan sistem bandel, yang disebut dengan sistem bandel adalah penjualan dengan memberikan harga yang lebih murah bila pembeli membeli barang dengan jumlah yang ditentukan oleh penjual. Contoh sistem bandel ini sering kita temui pada penjual alat-alat rumah tangga yang biasa disebut dengan “sepuluh ribu tiga” yaitu sepuluh ribu rupiah akan mendapatkan 3 barang yang sama ataupun barang yang berbeda. Sistem bandel juga berlaku di Pasar Pannampu, pembelian ikan, bila membeli 1 ekor, maka per ekornya akan dikenakan harga Rp 25.000, namun bila membeli 4 ekor, maka harga yang dikenakan ialah Rp 85.000. hal ini sejalan dengan penuturan Dg. Lauw yang bekerja sebagai penjual ikan:

“Ikan begini (Ikan Salmon) harganya 45, di saya 40, ambil 3 dapat 100, saya langsung kasih. Untung sedikit asal lancar.

Dg. Lauw juga menerapkan sistem bandel yaitu saat pembeli membeli ikan per ekor, maka harga yang dikenakan adalah sekitar lima puluh ribu sebelum ditawar, namun ketika ada yang menawar 3 ikan dengan harga seratus ribu maka Dg. Lauw akan menerima tawaran tersebut.

Hasil wawancara tersebut sesungguhnya melukiskan “kehidupan berakuntansi” yang dilakoni oleh Dg. Lauw. Dalam melakukan aktivitas berjualan, ia sangat mengharapkan keuntungan dari jerih payahnya mengais rejeki yang dilakukan setiap hari di pasar tradisional pannampu. Mata pencaharian ini ia tekuni dengan keuletan dan kesabaran hati dari sejak dini hari hingga menjelang petang. Rupiah demi rupiah ia kumpulkan demi menghidupi keluarganya. Ia belum dapat mengetahui jumlah keuntungan yang sesungguhnya bila barang jualannya yang dibelinya dari pemasok belum habis terjual.

Selain sistem bandel, pada umumnya penjual juga melakukan sistem bonus seperti yang biasa dilakukan oleh Pak Satria penjual Pakaian:

“Biasanya kalau beli pakaian disini, apalagi kalau sudah jadi langganan saya kasih bonus, biasanya kalau ada anak kecil saya kasih balon, atau untuk ibu-ibunya sarung tangan”.

Menurut Pak Satria, strategi pemberian bonus dapat menarik pembeli sehingga saat pembeli ini memerlukan sesuatu, maka pembeli tersebut menjadi langganan atau kembali ke toko yang sama berharap mendapatkan bonus

kembali. Hal ini sejalan dengan penuturan dari Ibu Emi ketika ditanyakan mengenai mengapa Ibu Emi memilih berbelanja di tempat Pak Satria:

“Karena sering berbelanja disini, kualitas pakaiannya jg bagus. Selain itu, selalu dapat bonus”.

Dapat disimpulkan di atas dapat dilihat bahwa strategi memberi bonus sangat berpengaruh terhadap adanya pelanggan meskipun dengan adanya bonus ini tentunya akan menurunkan harga jual yang ditawarkan penjual, sehingga dapat dikatakan strategi penjualan ini, baik sistem bandel maupun pemberian bonus merupakan salah satu hal yang dapat membuat harga jual berubah atau berpengaruh terhadap pembentukan harga.

Dengan demikian, kesimpulan aktivitas di pasar tradisional pannaampu tentu saja nilai-nilai persaudaraan dan adanya sabar dalam mencari keuntungan. Dengan demikian dalam konsep akuntansi modern yang memberikan sekat yg begitu tebal antara modal ekonomi dan modal yang lahir dari refleksi nilai itsar, seperti nilai persaudaraan pedagang pasar tradisional.

## **2. Nilai Kejujuran: Harga Beli Rata-Rata Pedagang Pasar Tradisional**

Harga beli rata-rata merupakan harga pada saat pedagang membeli barang yang akan dijual kepada konsumen. Kejujuran merupakan salah satu faktor *non* materil yang memengaruhi margin dalam bisnis Islami. Prinsip keridhaan, ta’awun, kemudahan, dan transparansi, menjadi sangat penting untuk mendukung proses jual-beli. Keragaman sikap pembeli yang datang dilayani oleh karyawan dengan tenang dan tetap tersenyum menyikapinya.

Terkait dengan hal tersebut, Hinrichs (2000) menyatakan bahwa hubungan ekonomi tercermin dalam biaya. Sementara itu, hubungan sosial tercermin melalui ikatan hubungan lokal, kepercayaan dan persahabatan yang dipandang sangat penting dalam membentuk keberlanjutan suatu usaha. Kepercayaan merupakan suatu praktik atau pendekatan yang digunakan oleh suatu masyarakat untuk menghasilkan harapan bagi tiap-tiap anggota masyarakat tersebut. Kekuatan hubungan yang terjalin pada di pasar tradisioal pannampu tidak hanya dilandasi oleh motif ekonomi, namun juga didalamnya sarat dengan nilai religius dan kearifan lokal yang masih lestari hingga saat ini.

Kejujuran yang dijunjung tinggi dengan beberapa pedagang. Kenyataan yang ada, selama ini belum ada para pedagang pasar tradisional (Pasar Pannampu) yang lalai dalam menunaikan kewajiban mereka. Perasaan positif yang mereka bangun memberikan kontribusi dalam membangun kepercayaan dalam diri mereka. Baldvinsdottir *et., al* (2011) mengemukakan bahwa keyakinan yang hadir dalam diri seseorang terhadap hasil yang diperolehnya dari suatu kejadian. Keyakinan tersebut mengekspresikan iman dalam wujud kejujuran, cinta dan dalam prinsip-prinsip yang bersifat abstrak. Kejujuran di dalam membangun suatu hubungan kerja merupakan modal utama terbentuknya kepercayaan yang jauh melampaui bukti tertulis. Hal ini sesuai dengan pernyataan H. Aras (Pedagang Campuran).

“Asal pembeli ramah, tidak ada barang yang rusak, sesuai apa yang na'minta, sesuai timbangannya juga. Karena kalau begitu pasti datang trus ditempatta' enak meki toh dapatki lagi langganan”.

Dapat disimpulkan H.Aras sistem perdagangan yang diterapkan, kelayakan pelanggan datang karena harga jual barang yang ditawarkan murah dan bersaing. Ini terlihat dengan harga jual barang-barang yang diperdagangkan di sini hampir keseluruhannya diberikan potongan harga. Pemberian potongan ini diberikan karena pribadi dan kebiasaan orang-orang Makassar yang suka menawar, sedangkan ibu Madinah memberikan pernyataan berbeda sebagai berikut:

“kalau soal jujur mungkin, beberapaji mau jujur dengan pelanggannya, itupun sama orang-orang tertentu.”

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa jujur yang dilakukan oleh beberapa pedagang berbeda-beda, memberikan sikap kejujuran kepada orang terkhusus seperti keluarga, langganan, dan termasuk pembeli yang ramah. Memiliki sifat jujur adalah modal dalam menjual, bertransaksi seperti ini dalam jangka pendek memang tidak mencerminkan keuntungan ekonomi bagi para pedagang, namun dalam jangka panjang akan memupuk loyalitas pelanggan/pembeli yang pada akhirnya meningkatkan penjualan atau paling tidak menstabilkan tingkat pendapatan pedagang.

Apa yang telah diuraikan di atas menghasilkan poin penting untuk dicermati adalah bahwa dalam proses pembelian yang diperdagangkan oleh pasar tradisional pannampu menggambarkan turut berperannya proses terbentuknya harga jual. Tanpa dipengaruhi oleh harga jual pasar di luar, pasar Pannampu tetap diminati oleh banyak pembeli dan tetap eksis bersaing dengan pasar lainnya.

### 3. Kepedulian : Syukur atas Keuntungan Harga yang Ditetapkan

Keuntungan materi adalah di atas segala-galanya di dalam berbisnis. Apapun yang dilakukan demi untuk tujuan mendapatkan keuntungan yang bernilai materi, sehingga boleh jadi paham tersebut membenarkan semboyan yang berbunyi “bisnis adalah bisnis”. Semboyan tersebut menggambarkan bahwa pada kehidupan berbisnis tidak lagi mengenal adanya nilai-nilai agama di dalamnya. Hanya saja prinsip tersebut berbeda dengan prinsip yang dianut oleh pasar pannaampu. Walaupun dalam melakukan aktivitas berjualan mereka tetap mengharapkan keuntungan, namun di pasar tradisional tetap mengedepankan nilai-nilai yang mereka anut dalam menjaga tali persaudaraan. Hal ini diungkapkan oleh salah satu pedagang H.Amran (pedagang pecah belah) sebagai berikut.

“Asal ada sediki’ pembeli makan, na pake anak-anak balanja.”

“berapa-berapa nah kasihka.”

Makna dari ungkapan di atas sangat sarat dengan kepuasan meskipun yang diterima hanyalah keuntungan finansial kecil.

“kalau saya biasa maumi rusak sayur, kujualki cepat sebelumnya rusak kujual murah lagi iyya.. atau kubagikan tetanggaku. Biarmi rugi tapi kan sedekahka”.

Pedagang pasar tidak memperhitungkan keuntungan finansial semata, pedagang menganggap bahwa berbuat kebaikan (sedekah) juga merupakan keuntungan dengan definisi yang berbeda. Pedagang menganggap pembeli merupakan pertemuan bagian dari keuntungan atau kekayaan beliau. Pedagang

yang mulai memiliki kepedulian pada lingkungan akan melakukan perubahan dengan memilih tetap peduli, tolong menolong, dan memberikan tanggung jawab kepada para pembeli. Produk yang tetap dijaga merupakan produk yang berwawasan lingkungan atau produk yang tidak membawa dampak besar pada pencemaran lingkungan.

Dapat dikatakan bahwa keuntungan menurut pedagang tidak hanya berkaitan dengan finansial keuntungan yang sedikit namun membawa kebaikan menjadi pilihan dari para pedagang dalam memaknai keuntungan. Melalui nilai-nilai non materi, yaitu keuntungannya menambah tali persaudaraan antar pedagang, pembeli, sekaligus pemasok dan rasa senang melihat orang lain senang. Rasa senang ini secara alami muncul karena semata-mata kuatnya rasa persaudaraan.

Konsep harga jual yang membangun nilai *itsar* yang terjadi di pasar tradisional pannampu terdapat 2 (dua) keuntungan yaitu keuntungan yang bersifat materi dan *non* materi, yang dimaksud dengan keuntungan yang bersifat materi yaitu keuntungan dalam bentuk uang sedangkan keuntungan yang bersifat *non* materi yaitu ditandai dengan terjalannya persaudaraan antara pedagang dengan pembeli atau antara pedagang dengan pedagang lainnya, kejujuran, serta rasa syukur yang selalu tertanam dalam diri pedagang.

Ada pula unsur-unsur konsep pembentuk harga jual yang diterapkan dari biaya dan laba yang bersifat materi berupa uang dan *non* materi berupa nilai peduli, persaudaraan, kejujuran, dan syukur. Dengan ini keuntungan juga



dijelaskan seperti itu. Berangkat dari unsur-unsur tersebut yang membentuk harga dapat dikatakan bahwa tujuan dari penetapan harga dari penerapan *itsar* adalah tidak terlepas dari upaya untuk menghasilkan keuntungan yang bersifat materi ataupun *non* materi, seperti yang diungkapkan sebelumnya dalam konsep harga yang merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan.

#### ***D. Dampak Nilai Itsar Membangun Konsep Harga Jual***

Nilai *itsar* dalam sebuah konsep harga jual sangat diperlukan terutama dalam hal berdagang. Penegakan nilai *itsar* dalam kehidupan perdagangan di pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar. Artinya, *itsar* merupakan nilai yang sudah tertanam dalam diri para pelaku pasar, karena ini merupakan refleksi dari keimanan kepada Tuhan. Dengan demikian seseorang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam muslim, maupun *non* muslim bukan sekedar mencari besarnya keuntungan melainkan dicari juga keberkahan.

Adapun hal-hal yang termasuk dalam nilai *itsar* yang pasti mempengaruhi konsep harga jual yaitu kejujuran, nilai persaudaraan, peduli dan syukur dalam meraih keuntungan. Sehingga jika hal-hal tersebut dapat dilakukan oleh para pedagang maka implikasi pada konsep harga jual di pasar tradisional pannaampu akan mempengaruhi.

Hal ini sesuai ungkapan H.Amran (Pedagang Pecah Belah) sebagai berikut:

“Sebenarnya para pedagang semua disini jujurji kalau berbicara tentang kualitas barang. Karena mencari keuntungan bukan hanya sekedar untuk senang di dunia tapi akhirat masih ada”.

Nilai kejujuran dalam penentuan harga terlihat ketika melihat kualitas barang, pedagang tak ingin memberikan pembelinya barang yang tidak bagus. Kejujuran merupakan faktor dari nilai itsar yang mendapatkan keuntungan yang berkepanjangan.

Hal serupa juga diungkapkan oleh pak Satria (Pedagang Pakaian), beliau mengatakan:

“Kalau berkahki daganganta, berarti keuntungan akhirat yang didapat. Kah ituji yang dicari didunia amal perbuatan.”

Disimpulkan Pak Satria disetiap aktivitas berdagangnya selalu bersyukur apapun yang didapat hari ini, “Sesungguhnya setiap amal dinilai berdasarkan niatnya. Dan setiap orang akan dibalas sesuai dengan niatnya” (HR. Bukhari). Dengan niat yang tulus, semua bentuk aktivitas keduniaan seperti bisnis berubah menjadi ibadah. Rasulullah menganjurkan kejujuran dalam setiap aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, Rasulullah bersabda: “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual suatu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya” (HR. Al-Quzwani).

Sementara Dg. Lauw menambahkan sebagai berikut:

“Selain kejujuran, bentuk kerja sama di pasar sangat baik hubungannya. Karena di pasar tidak pernah ada selisi paham antara pedagang, pembeli, maupun pemasok”.

Sementara pedagang ibu Madinah (Pedagang Alat rumah tangga) mengatakan:

“Kalau untuk jujur memang sama pembeli biasa susah, karena pembeli juga biasa ada tong nyek-nyerek. Tapi selama orang ramah atau langgananku tidak bicarama soal kejujuran nah tahumi toh”.

Pedagang yang menerapkan kejujuran dalam berdagang mengindikasikan bahwa semakin jujur pedagang tersebut semakin banyak pembeli yang berminat dan bisa meningkatkan penjualan, tetapi dalam hal ini beberapa pedagang tidak melakukan kejujuran dalam bertransaksi.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa nilai *itsar* sangat membangun konsep harga jual dalam aktivitas di pasar tradisional pannampu. implementasian nilai *itsar* sangat baik. Tujuannya adalah mensejahterakan lingkungan sosial disekitarnya yang dimulai dari lingkungan terdekat, yaitu kerabat dan tetangga sampai masyarakat dalam lingkup yang lebih luas Dimana jika para pedagang tersebut menerapkan prinsip bahwa antar sesama pedagang adalah sebuah mitra kerja bukan sebagai pesaing mereka.

*Itsar* tidak membunuh karakteristk seseorang dalam pasar. Justru ia memberikan timbal balik, jika dilihat dari kacamata sosial, maka *itsar* ini menjadi komponen penting bagi kehidupan masyarakat, yang tidak hanya menciptakan keharmonisan, tetapi juga rasa saling menghormati dan mencintai satu sama lain. Inilah tujuan beragama. Dan inilah misi yang diemban islam ketika ia diturunkan kepada manusia; untuk menjadi aturan yang akan menuntun manusia kepada keseimbangan, kesejahteraan, keharmonisan, bertolong-menolong dan berkasih sayang.

Nilai yang bersifat *itsar* dan nilai yang berhubungan soal ekonomi dalam kearifan lokal (*local wisdom*) sangat sulit dibedakan sebab dalam masyarakat terjadi dialetika hal ini memungkinkan adanya sintesis nilai yang dibangun atau berlandaskan salah satu nilai, apakah nilai yang lebih dahulu ada atau nilai yang datang belakangan. Tetapi implementasian nilai *itsar* merupakan nilai yang dahulu ada karena proses jual-beli di pasar tradisioanal pannampu dengan kasus penurunan harga karena adanya implementasi dari nilai *itsar* yang membentuk harga jual.

Zakat dijadikan sebagai salah satu bagian terpenting dari ajarannya. Kemudian untuk instrumen-instrumen lain yang bukan wajib, didapati agama islam, maupun *non* islam menjanjikan pahala (*reward*) yang luar biasa bagi mereka yang mempraktekkannya. Dari isntrument-instrument inilah tercipta keseimbangan. Orang-orang miskin tidak akan terbiarkan. Orang-orang kaya tertanam kepadanya kepedulian, tertanam di jiwanya paham bahwa pada hartanya juga terdapat hak orang lain, tertanam pada dirinya bahwa harta yang ada di tangannya bukan miliknya, tetapi amanah dari Allah untuk digunakan pada jalan yang telah ditentukan dalam agama, yaitu pada kebaikan diri sendiri, keluarga dan membantu sesama. Inilah yang membentuk dampak positif dari nilai *itsar* yang memengaruhi konsep harga jual.

Dampak positif nilai *itsar* membangun konsep harga jual, sebagai berikut:

1. Keberkahan usaha berarti memperoleh keuntungan dunia dan akhirat. Keuntungan di dunia berupa relasi yang baik dan menyenangkan, sedangkan keuntungan akhirat berupa nilai ibadah karena perdagangan yang dilakukan dengan jujur.

2. Sejahtera dalam lingkungan sosial dimulai dari lingkungan terdekat, yaitu kerabat dan tetangga sampai masyarakat dalam lingkup yang lebih luas. Dimana jika para pedagang tersebut menerapkan prinsip bahwa antar sesama pedagang adalah sebuah mitra kerja bukan sebagai pesaing mereka. Hal ini berarti bahwa manusia merupakan makhluk sosial, karenanya fitrah jika manusia saling bekerjasama antara satu dengan yang lain.
  3. Dapat menjaga keharmonisan sesama pedagang di pasar. Tujuannya adalah mencegah kezaliman dengan cara mengontrol alat timbangan, takaran, ukuran, dan berbagai alat dagang lainnya. Oleh karena itu Islam melarang terjadinya kecurangan dalam takaran dan timbangan, rekayasa harga, perdagangan barang-barang haram, riba, *ihthikar* (penimbunan).
  4. menyempurnakan takaran dan timbangan dengan jujur merupakan cara terbaik dalam melakukan transaksi. *“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”* (Alquran, 17: 35) *“Sedangkan orang yang suka mengurangi takaran dan timbangan akan mendapatkan siksa neraka”*. (Alquran, 83: 1-6)
- Kesimpulan seluruh ayat tersebut menekankan pada pentingnya kejujuran dalam menakar dan menimbang pada saat melakukan transaksi perdagangan sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Untuk itu seorang pedagang harus berhati-hati, jangan sekali-kali dia berdusta, karena merupakan bahaya bagi pedagang. perbuatan jahat, sedang kejahatan itu dapat membawa kepada neraka.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### ***A. Kesimpulan***

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat dilihat sebagai berikut:

1. Penelitian di Pasar Pannampu Makassar, dalam menjalankan transaksi jual beli, konsisten dalam menerapkan nilai-nilai Islam dari awal didirikan hingga saat ini. Berbagai bentuk rasa syukur juga terlihat dari operasi harian pasar Pannampu, contohnya seperti menyambut pelanggan dengan sapa dan salam, mengingatkan ke sesama pedagang untuk sholat, menjual produk yang halal, bersyukur atas keuntungan yang setiap hari di dapat, dan biasanya menjelaskan kondisi barang jika terdapat cacat. Terkait dengan penentuan besarnya harga jual, Nilai persaudaraan terlihat sangat membangun konsep harga jual, terbukti ketika terjadi perubahan harga untuk jenis barang, konsisten dengan harga awal yang ditetapkan. Nilai persaudaraan tidak sama sekali mencari keuntungan semata, tetapi lebih memilih apa yang diinginkan pembeli. Nilai kejujuran saat ini sudah jarang ditemukan walaupun masih terlihat beberapa pedagang membangun konsep harga jual masih memerhatikan pembeli yang ramah, keluarga, dan kerabat-kerabat dekat dalam kualitas produk dan harga yang bisa dijangkau. Pedagang menggunakan Persaudaraan, kejujuran, rasa syukur

dan lebih peduli kepada orang lain artinya bagi pedagang adalah pembeli merupakan raja, sesama pedagang adalah saudaranya maka tolong menolong, kerja sama sama, dan tanggung jawab merupakan nilai *itsar* yang terkandung dalam diri para pedagang. Nilai-nilai inilah yang membuat pasar tradisional tetap bisa menjaga keberadaannya hingga saat ini. Nilai persaudaraan, kejujuran, rasa syukur, peduli tersebut berimplikasi pada konsep harga para pedagang yang pada dasarnya sangat berbeda dengan nilai-nilai akuntansi konvensional dan bisnis modern. Nilai persaudaraan dalam berinteraksi dan bertransaksi merupakan modal utama dalam membangun dan menjaga kelangsungan usaha. Bertambahnya saudara atau rekan pada dasarnya adalah jalan untuk mendapatkan rezeki itu sendiri. Sehingga di pasar tradisional lazim kita temui adanya langganan pedagang yang datang bukan untuk melakukan transaksi melainkan sekedar berbagi cerita. Proses sosialisasi yang selanjutnya, selain menciptakan harmoni sosial juga merupakan salah satu modal sosial yang akan memberikan efek positif terhadap kelangsungan bisnis, kesetiaan pelanggan adalah bukti nyata. Keuntungan atau laba yang dicari merupakan keuntungan yang berkepanjangan dalam pendapatan, keuntungan tidak hanya dimaknai dalam bentuk material, namun perbuatan baik seperti membantu orang, atau memberikan sedekah, merupakan keuntungan juga.



2. Beberapa dampak positif nilai *itsar* dalam membangun konsep harga jual yaitu adanya keberkahan usaha yang berarti memperoleh keuntungan dunia dan akhirat. Selain itu juga sejahtera dalam lingkungan sosial dimana dimulai dari lingkungan terdekat, yaitu kerabat dan tetangga sampai masyarakat dalam lingkup yang lebih luas. Dapat menjaga keharmonisan sesama pedagang di pasar. Oleh karena itu Islam melarang terjadinya kecurangan dalam takaran dan timbangan, rekayasa harga, perdagangan barang-barang haram, riba, *ihthikar*, jauh berbeda dengan konsep harga jual dan keuntungan dalam akuntansi modern. Ketika akuntansi modern tidak mengakui biaya eksternal karena akan mengurangi keuntungan, para pedagang justru tidak memisahkan antara pihak eksternal (pembeli, supplier, pedagang lain, dan pihak lainnya) dan internal (dirinya). Pemahaman ini terwujud dalam cara pedagang melayani mereka (pihak eksternal), meskipun pelayanan tersebut menurunkan keuntungan pedagang. Ketika akuntansi modern hanya mengacu pada aspek finansial dalam memandang modal, para pedagang justru menjadikan aspek non-finansial menjadi modal utama, yakni persaudaraan.

### **B. Implikasi Penelitian**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka Implikasi yang dapat diberikan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan terkait pengimplementasian *itsar* membangun konsep harga jual memberi dampak dari para pedagang pasar tradisional yang dapat menambah nilai kejujuran yang bukan hanya pada orang-orang tertentu, karena nilai kejujuran yang digunakan hanya pada implementasi pada sanak kerabat dan keluarga, tetapi nilai kejujuran dari *itsar* mengubah cara pandang pedagang dalam melakukan aktivitas terkhususnya jual beli, dari memikirkan bagaimana cara mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dengan cara mendapatkan *fecback* untuk pedagang dari hasil nilai kejujuran untuk semua para pembeli dengan membangun konsep harga jual tersebut.
2. Dari pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai Penelitian yang dilakukan di pasar pannampu, penerapan nilai *itsar* dikaji lebih luas lagi untuk menjelaskan hal yang tidak di pahami. Informan para pedagang, pembeli bahkan pemasok dalam penelitian selanjutnya lebih baik jika diperbanyak untuk menjamin keakuratan informasi.

### **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis, sebagai berikut :

1. Pada akhirnya nilai-nilai *itsar* pedagang pasar pannampu ini diharapkan mampu dijadikan bahan refleksi dalam menyusun dan melakukan praktik

akuntansi. Seperti halnya jika semua pedagang menerapkan nilai kejujuran maka dalam jangka panjang, pendapatan pedagang akan semakin meningkat. sebab menimbulkan kepuasan belanja bagi pembeli.

2. Penelitian ini dilakukan dengan melihat fenomena di pasar dan menganalisis pengimplementasian nilai *itsar* membangun konsep harga jual, sehingga diharapkan agar para pedagang dalam menerapkan nilai *itsar*, dalam konsep harga jual sebaiknya para pedagang memiliki strategi masing-masing transaksi jual beli untuk memperoleh laba.
3. Bagi penulis, diharapkan agar menambah objek penelitian sehingga hasil yang diperoleh, dapat lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Mujib. 2006. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Kencana Perdana Media.
- Adhim, F, M. 2001. Hubungan Antara Orientasi Religius Dan Perilaku Menolong Altruistik Pada Remaja Muslim. *Skripsi Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM*.
- Adisasmita Rahardjo. 2011. *Manajemen Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Adlin, A. 2006. *Spiritualitas dan realitas kebudayaan kontemporer*. Jalsutra bandung.
- Agarwal, K.N., Agarwal, D.K., Sharma, A., Sharma, K., Prasad, K.,M.C. Kalita, M. C. 2004. Prevalence of anaemia in pregnant & lactating women in India. *Journals: Indian J Med Res*. 124, 173-184.
- Agung, F. dan Hinrichs, A. 2000. Self-Scoping Handbook for Sustainable Natural Forest Management in Indonesia. Indonesian-German Technical Co-operation Ministry of Forestry in co-operation with Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ). *Journals*, 6a. 156 Jakarta.
- Alimuddin. 2009. Merangkai Konsep Harga Jual Berbasis Nilai Keadilan Dalam Islam. *Jurnal Ekuitas Vol. 15 No. 4 Desember 2011: 523 – 547*.
- Alimuddin. 2011. *Islamic Pricing Concept Based On Ukhuwwah Value. International Seminar And Conference On Islamic Economics: Bridging Ideal And Realities Towards Economic Development Sustainability In Emerging Islamic Countries: Islamic Economic In Macro And Micro Perspectives*. Universitas Negeri Jakarta And Kolej Islam Darul Ridzuan-Malaysia, 11 – 12 October 2010, Jakarta.
- Alimuddin, 2013. Menggapai Kehidupan Mashlahah Melalui Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Bisnis, *Jurnal Assets Vol. 3 No.1*.
- Alimuddin, W, J., Asmara, W. & Mustofa., 2011, Antifungal Production of Strain of Actinomycetes spp Isolated from the Rhizosphere of Cajuputi Plant : Selection and Detection of Exhibiting Activity Against Tested Fungi. *Indonesian Journal of Biotechnology*, 16 (1), 1-10.
- Avlonitis, G.J.; Indounas, K.A. 2005. Pricing objectives and pricing methods in the services sector. *Journal of Services Marketing*, vol.19, n. 1: 47-57.
- Axelrod, Robert. 1984. *The Evolution of Cooperation*. Basic Book Inc. NY.

- Azwar, Saifuddin. 2010. *Sikap Manusia teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baldvinsdottir, G., Andreas Hagberg, Inga Lill Johansson, Kristina Jonall And Jan Marton. 2011. Accounting Research And Trust: A Literature Review, Qualitative Research In Accounting & Management. *Journal*, Vol.4, pp.582-424.
- Bateman, Thomas S. dan Scott A. Snell. 2009. *Manajemen Kepemimpinan dan Kolaborasi dalam Dunia yang Kompetitif (edisi 7 Buku 2)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Benito, Óscar G., María Pilar Martínez Ruiz And Alejandro Mollá Descals, 2010. Retail Pricing Decisions And Product Category Competitive Structure, Decision Support Systems. *Journals Volume 49*, 110–119.
- Carr, A. 2004. *Positive Psychology : The Science of Happiness and Human*. Hal: 61-80.
- Chariri, Anis. 2009. Landasan Filsafat dan Metode Penelitian Kualitatif. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Dipenogoro: Belum diterbitkan*.
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Bielefeld: PT Raja Grafindo Persada.
- Damsar. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Dariati, 2012. Penentuan Harga Jual Akad Murabahah Pada Bisnis Syariah. *Jurnal*, Vol.3, pp.443.
- Dewi Utari, Ari Purwanti, dan Darsono Prawironegoro. 2014. *Manajemen Keuangan: Kajian Praktek dan Teori dalam Mengelola Keuangan Organisasi Perusahaan (Edisi Revisi)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Djakfar. M. 2012. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus.
- Durkheim, Emile. 1964. The Division of Labourin society. *Journals Vol,77* 88-92 *New York: Free Press*.
- Emmerling, J., & Goleman, D. 2003. *Emotional intelligence : Issues and common misunderstandings*. Sumber: *The Consortium For Research On Emotional*

*Intelligence In Organization*, Issues In EI. Sumber: Wwww. Eiconsor-tium.Org., Diunduh 28 Januari 2011.

- Faturochman. 2006. *Pengantar Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka
- Fitri, Amalia. 2012. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Bazar Madinah Depok. *Jurnal. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Fitri, Amalia. 2014. Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Jurnal Vol. VI No.1*.
- Freedman. 1991. Differences in Social-Cost Disclosures: A Market Test of Investor Reactions. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 4 No.1, pp. 68-83.
- Gaffar, F. 2012. Persaudaran dalam Islam. *Jurnal Islamic. Vol.3 No.1*.
- Gibson, James,L. 2000. *Organisasi, Perilaku, Struktur dan Proses*. Edisi ke-5. Cetakan ke-3. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Gray, Sidney. 1988. *Towards a Theory of Cultural Influence on the Development of Accounting Systems Internationally*.
- Hardesty, David M., William O. Bearden, Kelly L. Haws And Blair Kidwell, 2012. Enhancing Perceptions of Price-Value Associated With Price-Matching Guarantees. *Journal of Business Research*, Vol. 65, 1096–1101.
- Hermann. 2007. The Influence of Price Fairness on Customer Satisfaction: An Empirical Test in The Context of Automobile Purchases. *Journal of Product & Brand Management*. Vol.16, No.1, pp 49-58.
- Horngren, Charles T., Gary L. Sundem and William Stratton, 2002. *Introduction To Management Accounting*. Chapter 1-19, Twelfth Edition, Pearson Education, Inc., New Jersey.
- Hope-Pelled, L., K.M. Eisenhardt and K.R. Xin, 1999. Exploring The Black Box: An Analysis Of Work Group Diversity, Conflict And Performance, Administrative Science Quarterly. *Journals Vol. 44 No. 1*, pp. 1-28.
- Iwan Triyuwono. 2006. *Perspektif, Metodologi, Dan Teori Akuntansi syariah*. Jakarta: Divisi Buku Perguruan Tinggi PT. Raja Grafindo Persada.
- Kam, Vernon, 1990. *Accounting Theory*. 2<sup>nd</sup> edition, New York, John Wiley dan Sons, Inc.



- Kasmir. 2003. *Bank Dan Lembaga Keuangan lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kail & Cavanaugh (2000). *Human Development: A Life Span View*. USA: Wadsworth.
- Khalid, A. 2003. *Sabar dan bahagia: 3 metode nabi mencerdaskan emosi*, (Penterjemah Syarif, H.M). Jakarta : Penerbit Serambi Ilmu.
- Liebhafsky H.H., Jur, 1976, *Hakekat Teori Harga*. Diterjemahkan oleh P. Sitohang, Penerbit Bharata, Jakarta.
- Malano, Herman. 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Umana.
- Muhammad. 2004. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Pricing Di Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Moleong, Lexy. J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Moleong, Lexy J., 2007, *Motodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi*. Edisi Ketiga, Cetakan Ketiga, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Myers, D. G. (1996). *Social Psychologi*. USA: McGraw Hill, Inc.
- Niswonger, Warren, Reeve and Fees.1999. *Accounting : Prinsip-Prinsip Akuntansi*. Diterjemahkan Alfonso Sirait dan Helda Gunawan. Edisi ke19.Jilid 1.Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Noravesh, Iraj., Zahra Dianati Dilami, dan Mohammad S.Bazaz. 2007. The impact of culture on accounting: Does Gray's Model Apply To Iran?. Review of Accounting and Finance. *Journals Vol.6, No.3, h. 254-272*.
- Pellinen, J., 2003. Making Price Decisions In Tourism Enterprises. *Hospitality Management* 22, 217–235. *International Journal Hospitality Management*.
- Phillips, C. Thomas. 2007. Family As the School of Love. *Makalah pada Nasional Konferensi dan kepedulian karakter*. Jakarta: 25-26 November.
- Rachmadi, Lexy J. Moleong, 2011. *Metode Penelitian Kualitatif ( Edisi Revisi )*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Rahardjo, M. 2010. *Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. Malang: UIM.



- Rahim, A. Rahman 1985. *Nilai-nilai Utama Kebudayaan Bugis*. Makassar: LEPHAS.
- Rahmawati, J.D.W. 2013. Pengaruh Kompetensi dan Independensi Terhadap Kualitas Audit. *Jurnal 10-19*.
- Ranjabar, Jacobus. 2006. *Sistem Sosial Budaya Indonesia: Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rif'atul Mahmudah, Nurul Herawati, Achdiar Redy Setiawan. 2011. Keuangan Usaha Mikro Dan Kecil Pada Pedagang Pasar Tradisional : Potret Dan Pemaknaannya. *Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura*.
- Rits, D. G. 1996. *Social Psychologi*. USA: McGraw Hill, Inc.
- Ritzer, George. 2003. Contemporary Sociological Theory and Its Classical Roots: the Urodynamic Learning on the Management of Benign Prostate Hyperplasia Issue. *Canada : Canadian Medical Journal*.
- Sabara. 2012. *Pandangan dunia dan ideologi perspektif Ali Syariati*, (Online), (<http://thinker-asratisme.blogspot.com/2012/05/pandangan-dunia-danideologi-perspektif.html>, diakses 14 April 2014).
- Salim, Peter dan Yenny Salim. 1991. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press.
- Shard, B. 2008. *Buku Induk Ekonomi Islam Iqtishaduna*. Terjemahan oleh Yudi. Jakarta: Zahra.
- Santrock, John W. 2003. *Adolescence: Perkembangan Remaja*. Jakarta Erlangga.
- Sawarjuwono, T. dan A.P. Kadir. 2003. Intellectual Capital: Perlakuan, Pengukuran dan Pelaporan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5 (1), 3557.
- Sarwono, Sarlito. 2009. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Press.
- Soeprapto, R. 2002. *Interaksionisme Simbolik: Perspektif Sosiologi Modern*. Yogyakarta: Averroes Press.
- Stiving, M., 2000, Price Endings When Prices Signal Quality, *Management Science*. Dec 2000; 46, 12; ABI/INFORM Complete pg. 1617.
- Subiyantoro, E.B. dan Triyuwono, I. 2004. *Laba Humanis*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.

- Sulistiyawaty dan Agnes Rita, 2012, *Awas Pangan Berbahaya Masih Beredar* <http://nasional.kompas.com/read/2012/08/10/19084824/Awas>. Jumat 10 Agustus 2012.
- Suwardjono, 2010, *Teori Akuntansi: Perekayasaan Pelaporan Keuangan*, Edisi Ketiga, BPFE, Yogyakarta.
- Theodorus M. Tuanakotta, 2000, *Teori Akuntansi*; Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Tracy, Brian, 2006. *Pemimpin Sukses, Cetakan Keenam*, Penerjemah: Suharsono dan Ana Budi Kuswandani, Penerbit Pustaka Delapatrassa, Jakarta
- Triuwono, I. 2009. *Perspektif, Metodologi, dan Teori Akuntansi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers. Hlm: 388.
- Tung, R., 1995, Guest Editor's Introduction: Strategic Human Resource Challenge: Managing Diversity, *International Journal Of Human Resource Management. Journals Vol. 6 No. 3, pp. 482-93*.
- Vredenburg, J. 1978. *Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat*, PT. Gramedia, Jakarta.

The logo of Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar is a green emblem featuring a stylized mosque dome and minarets. In the center of the dome is a yellow star containing the year '1965'.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**ALAUDDIN**  
M A K A S S A R

## LAMPIRAN 2 DAFTAR NAMA INFORMAN

No.	Nama Informan	Jenis Jualan	Waktu
1.	Abustam	Ayam	8 Tahun
2.	H. Mansyur	Ayam	8 Tahun
3.	H. Sudarmi	Campuran bahan ayam	16 Tahun
4.	Satria	Pakaian	15 Tahun
5.	Ibu Madinah	Alat Rumah Tangga	4 Tahun
6.	Dg. Nurli	Tempe dan Tahu	25 Tahun
7.	H. Aras	Campuran	20 Tahun
8.	Dg. Lauw	Ikan	1 Tahun
9.	H. Amran	Pecah Belah, Rumah Tangga	2 Tahun
10.	Dg. Ilyas	Sayur Mayur	12 Tahun

## **LAMPIRAN 1 TRANSKRIP WAWANCARA**

Wawancara dilakukan kepada para Pedagang di Pasar Tradisional Pannampu, Wawancara kepada para Pedagang untuk mengetahui penerapan nilai itsar dalam konsep dan praktik akuntansi. Apakah telah sesuai dengan syarat teori altruism yang dimana itsar memiliki nilai persaudaraan, kejujuran, keramahan, kerja sama, hingga syukur. Dan apa saja yang membentuk itsar dalam konsep harga dan praktik akuntansi.

### **- Para Pedagang di Pasar Tradisional Pannampu**

1. Bagaimana cara anda agar konsumen merasa nyaman dalam melakukan transaksi pembelian?
  - Selalu ramah dengan setiap pembeli, setiap belanja apalagi langganan selalu ada tawaran harga.
2. Bagaimana cara anda agar sesama penjual tetap kompak dan jauh dari kata persaingan tidak sehat?
  - Dalam pasar tidak ada kata bersaing, karena disini sudah saling kerja sama antar satu sama lain, siapa lagi di minta tolongi kalau bukan sesama ta' ji.
3. Bagaimana cara anda menarik perhatian pembeli dalam banyaknya para pedagang ?
  - Bagaimana saja pintar-pintar ta' dengan cara persaudaraan ta' di jaga, jadikan pembeli saudara bukan sebagai rekan bisnis, biasanya juga ada pembeli curhat didengar.

4. Nilai kejujuran selalu dipertanyakan dalam hal berdagang. Apakah dalam kejujuran di pasar pannaampu masih menerapkan hal tersebut?
  - Disetiap langgananku saya tidak pernahmi bicara soal kejujuran, karena kalau langganan itu nah tahumi juga kalau bagusji kualitasnya ini jualan nah tahumi juga inimi untungta'. Karena kalau ditanya tidak adami sekarang pedagang mau jujur.
5. Mengapa anda menetapkan harga demikian? Sedangkan penjual lainnya tidak menetapkan harga yang anda tawarkan? Apakah ini salah satu strategi anda dalam meningkatkan penjualan ?
  - Sebenarnya memang bentuk strategi tetapi dalam penetapan harga kami semua disini sudah sepakat, walaupun ada yang menawarkan pasti ada juga untungnya walaupun sedikit.
6. Apakah dalam transaksi jual beli anda melakukan pencatatan? Dan bagaimana cara menghitung setiap keuntungan yang diterima dari setiap penjualan yang dilakukan?
  - Dari beberapa pedagang melakukan pencatatan, dan beberapa pedagang tidak melakukan pencatatan tetapi konsep kepercayaan yang dipegang teguh.
7. Jika melakukan jual beli, biasanya ada pembeli yang sudah jadi langganan di tempat anda dan mengambil banyak barang. Apakah ada sistem bonus atau diskon dalam jual beli tersebut?

- Biasaka pake begitu kalau lancar-lancar lagi pemasukanku supaya banyak lagi langi langgan kundang.
8. Bagaimana perlakuan anda apabila pembeli melakukan tawar menawar ? apakah tetap diberikan dengan harga yang ditawarkan?
- Asal pembeli tidak tidak pernah kelewatan caranya menawar, pasti selalu di kasih harga yang nah minta, bentuk strategi agar bisa jadi langgan.
9. Bagaimana cara anda agar komunikasi sesama pedagang tetap baik dan bisa saling membantu dalam memberikan keuntungan?
- Selalu saja menjaga silaturahmi dalam para pedagang disini.
10. Jika ada barang yang di jual tidak laku atau masih ada barang yang tersisa . apakah barang tersebut masih digunakan atau dibagikan kepada orang yang mebutuhkan?
- Kalau seperti bahan sayuran, ikan, ayam, ditahumi kalau mau rusak sebelumnya itu biasanya itumi yang di kasih murah kalau rugiki kan hitung-hitung sedekah.
11. Bagaimana strategi anda dalam melakukan pengorderan barang ke pemasok, apakah strategi dalam hal itu saling mencatat dan pemasok memberikan nota atau kuitansi?
- Harus itu karena dia juga mencatat, supaya tambah yakin kepercayaan dan daya ingat yang dibantu ada bukti seperti itu.

#### **- Para Pembeli di Pasar Tradisional Pannampu**

1. Apakah anda sering melakukan tawar menawar?



- Tidak terlalu seringji, kalau cocok harga tidak menawar.
2. Bagaimana pendapat anda ketika membeli barang di pedagang dengan harga yang berbeda?
- Masing-masing pedagang mempunyai strategi, dan jika dapat yang mahal pedagang lain murah yah rejeki pedagang.
3. Bagaimana menurut anda tentang sikap para pedagang di pasar Pannampu?
- Menurut saya, saya kan sudah langganan saya anggap para pedagang di pasar Pannampu sudah seperti keluarga apalagi langgananku ke pedagang sudah sangat baik dan dalam penetapan harga jualnya sudah wajar.



### LAMPIRAN 3 DOKUMENTASI



Ibu Hj. Sudarmi  
(Pedagang Campuran Ayam)



Ibu Madinah  
(Pedagang Alat Rumah Tangga)



Ibu Tina  
(Pedagang Campuran)



Abustam  
(Pedagang Ayam)



Dg. Ilyas  
(Pedagang Sayur Mayur)



Dg. Nurli  
(Pedagang Tempe dan Tahu)



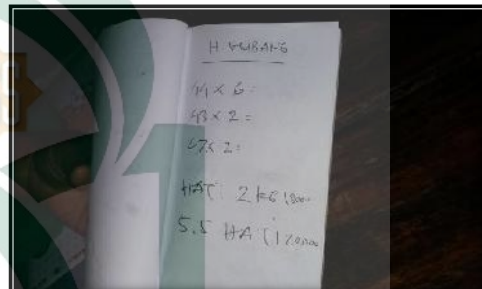
Dg. Lauw  
(Pedagang Ikan)



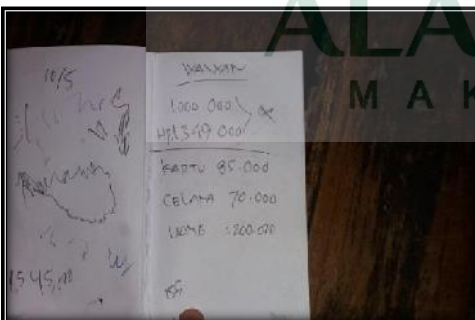
Satria  
(Pedagang Pakaian)



Suasana pasar dari luar



Contoh pencatatan



Contoh Pencatatan



Contoh Pencatatan



Suasana Pasar dari dalam



Bersama ibu Darlina.  
SH (Kaur Administrasi  
dan Keuangan)



Bersama ibu Darlina.  
SH (Kaur Administrasi  
dan Keuangan)



Suasana pasar dari luar





Suasana PD. Pasar  
Pannampu



Proses Jual-Beli



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Kampus I : Jl. Slt. Alauddin No. 63 Makassar Tlp. (0411) 8649228 Fax 8649223  
Kampus II : Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36 Samata Sungguminasa - Gowa Tlp. 8418799 Fax 8221466

Nomor : EB.I/PP.00.91/3206/2016  
Lamp : -  
Perihal : *Pemohonan Izin Penelitian*

Samata, 25 Agustus 2016

Kepada,

**Yth. Kepala UPT P2T BKPM  
Prov. Sulawesi Selatan**

Di -  
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.  
Dengan hormat disampaikan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar yang tersebut namanya dibawah ini:

Nama	: Awaliah Agustuliani
NIM	: 1080012093
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Akuntansi
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: Jl. Biton I No. 50 Perumnas Antang

Bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Adapun judul skripsinya "Implementasi Nilai Ihsar pada Pedagang Pasar Tradisional terhadap Konsep dan Politik Akuntansi (Studi Kasus di Pasar Pannampu)"

Dengan dosen pembimbing : 1. Prof. Dr. H. Ambo Aase, M.Ag.  
2. Jamaluddin M., SE., M.Si.

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada mahasiswa yang bersangkutan dapat diberi izin melakukan penelitian di Pasar Pannampu.  
Demikian harapan kami dan terima kasih.


Wassalam

Dekan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**ALAUDDIN**  
MAKASSAR  
Prof. Dr. H. Ambo Aase, M.Ag.  
NIP. 19581022 198703 1 002

**Tembusan :**

1. Rektor UIN Alauddin Makassar di Samata Gowa
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Arsip

  
 PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
**BADAN KOORDINASI PENANAMAN MODAL DAERAH**  
**UNIT PELAKSANA TEKNIS - PELAYANAN PERIZINAN TERPADU**  
 ( UPT - P2T )

120181914212424

Nomor : 12084/5.01P/P2T/08/2016  
 Lampiran : -  
 Perihal : Izin Penelitian

KepadaYth,  
 Walikota Makassar

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Dekan Fak. Ekonomi & Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar Nomor : EB.I/PP.00.9/3206/2016 tanggal 29 Agustus 2016 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : AWALIAH AGUSTULIANI  
 Nomor Pokok : 10800112093  
 Program Studi : Akuntansi  
 Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)  
 Alamat : Jl. Sit Alauddin No. 63 Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

**" IMPLEMENTASI NILAI ITSAR PADA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL TERHADAP KONSEP DAN POLITIK AKUNTANSI (STUDI KASUS DI PASAR PANNAMPU) "**


Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 01 September s/d 15 Oktober 2016

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
 Pada tanggal : 30 Agustus 2016

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN  
 KEPALA BADAN KOORDINASI PENANAMAN MODAL DAERAH  
 PROVINSI SULAWESI SELATAN  
 Selaku Koordinator Pelayanan Perizinan Terpadu


  
**ALAUDDIN**  
 M A K A S S A R  
 A. H. YAMIN, SE., MS.  
 Pangkat : Pembina Utama Madya  
 Nip : 19610513 1990024 002

Tembusan Yth

1. Dekan Fak. Ekonomi & Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar;
2. Peringgal,

SIMP BKPMD 30-08-2016

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
 Website : <http://p2tbkpmduisulselprov.go.id> Email : [p2t\\_provisulsel@yahoo.com](mailto:p2t_provisulsel@yahoo.com)  
 Makassar 90222







**PEMERINTAH KOTA MAKASSAR**  
**PD. PASAR MAKASSAR RAYA**

Jl. Kerung-Kerung No. 68, Makassar Telp. 0411 - 449421, Fax. 0411 - 448347



**SURAT IZIN PENELITIAN**

Nomor : 070/804 /PD. PSR/IX/2016

Menunjuk surat Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar Nomor : 070/3864-II/BKBP/VIII/2016 tertanggal 31 Agustus 2016 perihal Izin Penelitian yang ditujukan kepada Direksi PD. Pasar Makassar Raya Kota Makassar, maka :

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Drs. Alham Arifin. A. MM**  
 Jabatan : Direktur Umum  
 PD. Pasar Makassar Raya Kota Makassar

Menerangkan bahwa yang tersebut dibawah ini :

Nama : **Awaliah Agustuliani**  
 Nim/Jurusan : 10800112093/Akuntansi  
 Pekerjaan : Mahasiswa (S1) UIN Makassar  
 Alamat : Jl. Slt. Alauddin No. 63 Makassar  
 Judul : **" Implementasi Nilai Itsar Pada Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Konsep dan Politik Akuntansi"**

Diberikan izin untuk meneliti dalam lingkup PD. Pasar Makassar Raya Kota Makassar khususnya di Unit Pasar Pannampu, mulai tanggal 01 September 2016 s/d 15 Oktober 2016.

Demikian surat izin ini dikeluarkan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 05 September 2016

Direksi  
 PD. Pasar Makassar Raya

**Drs. Alham Arifin. A. MM**  
 Direktur Umum

Tembusan :

1. Ketua Badan Pengawas PD. Pasar Makassar Raya di Makassar.
2. Direktur Utama PD. Pasar Makassar Raya di Makassar.
3. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar di Makassar.
4. **Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UIN Alauddin di Makassar.**
5. Kepala Unit Pasar Pannampu.
6. Mahasiswa yang bersangkutan.
7. Arsip.



**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR  
NOMOR : 1199 TAHUN 2016**

**TENTANG**

**PANITIA DAN TIM PENGUJI SEMINAR HASIL PENELITIAN DAN PENYUSUNAN SKRIPSI MAHASISWA  
A.n. Awallah Agustullana, NIM : 10800112093  
JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

- Membaca** : Surat Permohonan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Nama : **Awallah Agustullana**, NIM : 10800112093, tertanggal 20 Oktober 2016 untuk melaksanakan seminar hasil.
- Menimbang** : Bahwa untuk pelaksanaan dan kelancaran seminar draft/hasil, perlu dibentuk panitia dan tim penguji seminar hasil dan penyusunan skripsi
- Mengingat** : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;  
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2010 yang disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2010;  
4. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Alauddin menjadi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar;  
5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;  
6. Peraturan Menteri Agama RI No. 25 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Agama R.I. No 85 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar;  
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan Pertama** : Membentuk Panitia dan Tim Penguji Seminar hasil, Jurusan **AKUNTANSI** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan komposisi :
- Ketua** : Dr. Syaharuddin, M.Si.  
**Sekretaris** : Dr. H. Abd. Wahab, SE., M.Si.  
**Pembimbing I** : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.  
**Pembimbing II** : Jamaluddin M., SE., M.Si.  
**Penguji I** : Prof. Dr. H. Muslimin, M.Ag.  
**Penguji II** : Dr. Muh. Wahyuddin Abdullah, SE., M.Si., Ak.  
**Pelaksana** : Rusmawandi Rara

- Kedua** : 1. Panitia bertugas melaksanakan seminar hasil, memberi bimbingan, petunjuk-petunjuk, perbaikan mengenai materi, metode, bahasa dan kemampuan menguasai masalah penyusunan skripsi.  
2. Biaya pelaksanaan seminar hasil penelitian dibebankan kepada anggaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar  
3. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya

Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

Ditetapkan di : Samata-Gowa  
Pada tanggal : 21 Oktober 2016  
Dekan,

Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.  
NIP. 19581022 198703 1 002



## RIWAYAT HIDUP



Awaliah Agustuliani, lahir di Makassar, Sulawesi Selatan, 10 Agustus 1993. Sehari-harinya biasa dipanggil Awa. Perjalanan pendidikannya diawali di SD Inpres Perumnas III Makassar pada tahun 1999-2005, kemudian melanjutkan sekolah di SMP Negeri 19 Makassar dan melanjutkan ke SMA Negeri 13 Makassar.

Pengalaman organisasi dimulai sejak SD, ketika SD hingga SMA terlibat dalam organisasi kepramukaan dan di SMP dan SMA juga pernah menjabat anggota dan pengurus Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS). Pendidikan tinggi dimulai ketika lulus Ujian Masuk Mandiri (UMM) tahun 2012, saat itu diterima di Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, mulai saat itu kehidupan lebih mandiri baik itu secara akademis, organisasi dan personal.

Pada tahun pertama kuliah tahun 2012-2013 mengikuti organisasi dalam luar kampus sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Akuntansi. Di tahun akhir, saya fokus mengerjakan skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana akuntansi. Skripsi yang ada saat ini telah dikerjakan semaksimal dan seoptimal mungkin, demi perbaikan penulis terbuka terhadap koreksi dan evaluasi yang datang, baik itu tentang teknis penulisan maupun isi (*content*), penulis sangat terbuka untuk menerima dan merespon setiap masukan yang datang nantinya, untuk memberikan masukan dapat menghubungi penulis.